

## **Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-matkoihin**

Tuomas Myyryläinen

Matkailun koulutusohjelma

<b>Tekijä tai tekijät</b> Tuomas Myyryläinen	<b>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi</b> POMO10
<b>Raportin nimi</b> Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-matkoihin	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 44 + 7
<b>Opettajat tai ohjaajat</b> Anne Koppatz, Anu Seppänen	
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-matkoihin. Jokerit siirtyy kaudelle 2014–2015 pelaamaan Kontinental Hockey Leagueen (KHL), jossa suurin osa joukkueista tulee Venäjältä. Opinnäytetyö tehtiin Jokereiden virallisen kannattajaryhmän Eteläpääty ry:n toimeksiannosta. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää määrällisen tutkimuksen avulla Jokeri-kannattajien vierasmatkakäyttäytymisen muutokset sekä asenteet vierasmatkailua kohtaan Jokereiden KHL:ään siirtymisen myötä. Opinnäytetyöstä saatuja tuloksia Eteläpääty ry pystyy hyödyntämään järjestäessään KHL-vierasmatkoja kaudella 2014–2015.</p> <p>Teoriaosassa käsitellään urheilumatkailun historiaa, urheilumatkailun eri muotoja sekä urheilumatkailijan matkustusmotiiveja. Teorian avulla kyetään hahmottamaan urheilumatkailijan käyttäytymistä ja matkustusmotiiveja.</p> <p>Tutkimus toteutettiin määrällisenä tutkimuksena. Aineisto kerättiin marras-joulukuun vaihteessa 2013. Kysely lähetettiin marraskuun lopussa 8 148:lle Eteläpääty ry:n sähköpostirekisterissä olevalle jäsenelle, jonka lisäksi linkki kyselyyn julkaistiin Jatkoajan keskustelupalstalla sekä Eteläpäädyn että Jokereiden Facebook-sivuilla.</p> <p>Vastauksia kyselyyn saatiin 1238 kappaletta. Kyselystä saatujen tulosten perusteella Jokeri-kannattajien tekemien vierasmatkojen määrä tulee todennäköisesti vähenemään KHL:n siirtymisen myötä. Valmismatkapakettivaihtoehtoista Pietari ja Riika olivat suosituimmat. Matkan edullinen hinta oli merkittävässä asemassa arvioitaessa eri matkapakettien mielenkiintoisuutta. Matkojen mahdolliset korkeat hinnat, aikataulukysymykset sekä viisumijärjestelyt nousivat esiin kysyttäessä KHL-matkoihin liittyviä haasteita. Suurin osa vastaajista halusi vierasmatkojen kestävän yhden yön. Suosituimmat viikonpäivät matkalle lähtemisen suhteen olivat perjantai ja lauantai.</p>	
<b>Asiasanat</b> Urheilumatkailu, Jokerit, KHL, Eteläpääty	

Degree programme in tourism

<b>Authors</b> Tuomas Myyryläinen	<b>Group or year of entry</b> POMO10
<b>The title of thesis</b> How Jokerit fans perceive tours to KHL matches	<b>Number of report pages and attachment pages</b> 44 + 7
<b>Advisor(s)</b> Anne Koppatz, Anu Seppänen	
<p>This thesis was commissioned by Eteläpääty ry, the official supporters group for Jokerit, a Finnish ice-hockey team. Jokerit will join the Kontinental Hockey League (KHL) in the season of 2014-2015. The purpose of the study was to examine how sport tourism behaviour and attitudes of Jokerit supporters would alter due to this major change. The theoretical framework of this thesis was based on literature on sport tourism history, different forms of sport tourism and motivation for sport tourism. With the understanding of sport tourism theory, it is possible to comprehend the behaviour and motivation of a sport tourist.</p> <p>The methodological approach of the study was quantitative. The study was conducted by means of a questionnaire. The data were collected during November-December of 2013. The link for the questionnaire was sent to 8 148 members of Eteläpääty by email and it was also submitted to the official Facebook sites of Eteläpääty and Jokerit as well as to Jatkoaika forum.</p> <p>There were altogether 1238 answers and the results of the study revealed that the number of road trips will decrease among Jokerit supporters for the 2014-2015 season. The most popular outbound destinations included St. Petersburg and Riga. The study also revealed that an affordable price of the road trip was the key factor for many people. High costs of trip, time schedule and visa-related issues were mentioned the most when being enquired on the biggest challenges regarding KHL road trips. Most travellers would like to spend one night during the road trip and the most popular starting days for the road trip were Friday and Saturday.</p>	
<b>Key words</b> Sport tourism, Jokerit, KHL, Eteläpääty	

# Sisällys

1 Johdanto .....	1
2 Urheilumatkailu ilmiönä .....	3
2.1 Urheilumatkailun määritelmä.....	3
2.2 Urheilumatkailun historia .....	4
2.3 Urheilumatkailun muodot .....	6
2.4 Urheilumatkailijan motiivit.....	8
2.4.1 Sosiaaliset tekijät motivaation lähteenä.....	8
2.4.2 Eri urheilumatkailijatyypin matkustusmotiivit.....	10
2.4.3 Elämänvaiheen, iän ja sukupuolen merkitys matkailussa .....	12
3 Jokerit.....	14
3.1 Eteläpääty ry.....	15
3.2 KHL.....	16
4 Tutkimuksen toteutus .....	17
4.1 Tutkimusmenetelmä .....	17
4.2 Kyselyn toteutus .....	18
4.3 Tutkimuksen reliäabelius ja validius.....	18
5 Tulokset.....	22
6 Johtopäätökset.....	39
Lähteet.....	43
Liitteet.....	45
Liite 1. Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-matkoihin kyselylomake .....	45

# 1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-matkoihin. Opinnäytetyö tehdään Jokereiden virallisen kannattajaryhmän Eteläpääty ry:n toimeksiantosta. Toimeksianton sain ottamalla yhteyttä Eteläpääty ry:n ja ehdottamalla itse kyseistä aihetta opinnäytetyökseni. Aihe on itselleni läheinen sillä olen ollut Jokereiden kannattaja 1990-luvun alkupuolelta lähtien. Tässä opinnäytetyössä haetaan vastauksia seuraaviin kysymyksiin: Mitkä ovat Jokeri-kannattajien asenteet KHL-vierasmatkailua kohtaan? Muuttuuko kannattajien vierasmatkakäyttäytyminen Jokereiden KHL:n siirtymisen myötä? Opinnäytetyöstä saatuja tuloksia Eteläpääty ry pystyy hyödyntämään järjestäessään KHL-vierasmatkoja kaudella 2014–2015.

Jokerit on vuonna 1967 perustettu helsinkiläinen jääkiekkoseura. Jokerit siirtyy pelaamaan KHL:ään kaudeksi 2014–2015. KHL on kansainvälinen jääkiekon ammattilaisliiga, jossa suurin osa joukkueista tulee Venäjältä. Jokereista tulee ensimmäinen pohjoismaalainen seura, joka siirtyy KHL:ään. Tämä asettaa myös Eteläpääty ry:n uuteen tilanteeseen, jolloin yhdistykselle on hyödyllistä kartoittaa etukäteen kannattajien suhtautumisen muutokset vierasmatkoihin. Vierasmatkoilla tarkoitetaan tässä työssä kannattajien tekemiä matkoja pois koti-tai työympäristöstä seuratakseen kannattamansa joukkueen otteluita vieraspaikkakunnilla. Tässä tapauksessa kyseessä on Jokeri-kannattajien tekemät matkat pääkaupunkiseudun ulkopuolelle seuratakseen Jokereiden vierasotteluita.

Keskeisinä teoreettisina lähteinä opinnäytetyölle ovat urheilumatkailua käsittelevät kirjat. Opinnäytetyön teoriaosassa käsitellään muun muassa urheilumatkailun historiaa, urheilumatkailun eri muotoja sekä urheilumatkailijan matkustusmotiiveja. Teorian avulla kyetään hahmottamaan urheilumatkailijan käyttäytymistä ja matkustusmotiiveja. Näiden tietojen pohjalta kyetään ennustamaan urheilumatkailijan käyttäytymistä tulevaisuuden varalta.

Aineiston keruutapana on kvantitatiivinen tutkimus. Laadimme yhdessä Eteläpääty ry:n kanssa kyselylomakkeen, jonka avulla yritetään saada mahdollisimman paljon tietoa Jokeri-kannattajien nykyisestä kannattajakäyttäytymisestä sekä kannattajakäyttäytymisen

mahdollisista muutoksista Jokereiden KHL:ään siirtymisen myötä. Kysely koostuu reilusta kolmestakymmenestä kysymyksestä, joista pääosa on monivalinta- ja asteikkoihin perustuvia kysymyksiä. Vastaajilla on myös mahdollisuus kommentoida vapaasti mielipiteitänsä eri valmismatkapaketeista sekä yleisesti KHL-matkoista.

Tuloksien avulla Eteläpääty ry pystyy hahmottamaan kannattajien suhtautumisen KHL-matkailuun. Kyselystä saatujen tulosten avulla saadaan selville muun muassa kannattajien mielestä mielenkiintoisimmat kohteet, matkan kesto ja budjetti, mieluisin matkustamistapa sekä matkustusmotiivit matkalle. Kyselyssä saatujen tulosten pohjalta Eteläpääty ry pystyy paremmin kohdentamaan KHL-matkojen rakennetta kohti kannattajien haluamaa suuntaa.

Luvussa 2 käydään läpi urheilumatkailu ilmiönä, johon kuuluu urheilumatkailun määritelmä ja historia sekä urheilumatkailun eri muodot. Tämän lisäksi luvussa käsitellään urheilumatkailijan motiiveja eri näkökulmista. Luvussa 3 esitellään tutkimuksen kohteena olleet Jokerit, Jokereiden kannattajaryhmä Eteläpääty sekä KHL. Luvussa 4 käsitellään tutkimusmenetelmä, tutkimuksen toteutus sekä tutkimuksen luotettavuus että pätevyys. Kyselyn tuloksia käydään läpi luvussa 5 ja luvussa 6 esitellään näiden tulosten perusteella tehdyt johtopäätökset.

## 2 Urheilumatkailu ilmiönä

Tässä luvussa käsitellään urheilumatkailua ilmiönä. Luvussa tarkastellaan urheilumatkailun eri määritelmiä, urheilumatkailun historiaa sekä sen eri muotoja. Tämän lisäksi siinä käydään läpi urheilumatkailijan eri motiiveja matkalle lähtemisen suhteen, sitä kuinka nämä motiivit vaikuttavat henkilön käyttäytymiseen ja eri taustatekijöiden vaikutukset matkustusmotiiveihin.

### 2.1 Urheilumatkailun määritelmä

Urheilumatkailun käsitteen tarkka määrittely on haastavaa. Aihe on suhteellisen uusi ja eri tutkimuksissa käytetyt käsitteet ovat hyvinkin vaihtelevia keskenään. (Standeven & De Knop 1999, 62.)

Urheilumatkailuun kuuluu monia eri urheiluun ja siihen osallistumiseen liittyviä muotoja. Urheilumatkailuun voidaan katsoa kuuluviksi urheilutapahtumiin osallistuminen sekä osallistujana että katsojana, vapaa-ajan urheilu ja aktiivinen urheilumatkailu. Myös urheiluun liittyvät kiertokäynnit ja nostalgiaurheilumatkailu ovat urheilumatkailua. (Hingham 2005, 7.)

Vierasmatkailulla tarkoitetaan henkilön tekemää matkaa kannattamansa joukkueen tai suosikkiurheilijan perässä, pois omasta koti- tai työympäristöstä. Riippumatta tasosta, jolla joukkue pelaa, on monella joukkueella innokkaat kannattajansa, jotka ovat valmiita tekemään pitkiäkin vierasmatkoja seuratakseen joukkuettansa. (Standeven & De Knop 1999, 114.)

Yksi hyvin laaja urheilumatkailun määritelmä on Standevenin ja De Knopin (1999, 12) määritelmä, jonka mukaan urheilumatkailu on kodin ja työn ympäristöstä poissa tapahtuvaa aktiivista tai passiivista urheiluaktiviteetteihin osallistumista. Näihin osallistutaan joko itsenäisesti tai organisoidusti, joko ei kaupallisesti tai kaupallisesti. Myös Gibsonin (1998, 49) määritelmä urheilumatkailulle on samankaltainen Standevenin määritelmän kanssa. Hänen mukaansa urheilumatkailu on vapaa-ajan matkustamista, joka vie yksilön

pois kotiseudulta, osallistuakseen fyysiseen aktiviteettiin, katsoakseen fyysistä aktiviteettia tai vierailemaan fyysisiin aktiviteetteihin assosioiduissa kohteissa.

Sekä Standevenin että Gibsonin määritelmät urheilumatkailusta tarjoavat hyvin laajan määritelmän urheilumatkailulle. Yhtenä ongelmana tämänkaltaisessa laajassa määritelmässä on Weedin (2008, 15) mielestä se, että tämä määritelmä urheilumatkailusta lähinnä yhdistää matkailun ja urheilun erilliset määritelmät toisiinsa. Urheilumatkailun määritelmää tulee tarkentaa, jotta ymmärrettäisiin mitkä ominaispiirteet ovat pelkästään urheilumatkailulle ominaiset. Urheilumatkailu on enemmän kuin pelkkä matkailun ja urheilun yhdistelmä. Myös Standeven ja De Knop tarkentavat urheilumatkailun määritelmäänsä. Heidän mukaansa urheilumatkailu on ennen kaikkea kulttuurinen kokemus fyysisen kokemuksen kautta, joka on sidoksissa tapahtumapaikan kulttuuriseen kokemukseen. (Standeven & De Knop 1999, 62.)

Standevenin ja De Knopin tapaan myös Weed määrittelee urheilumatkailun toiminnan, ihmisten ja paikan vuorovaikutteisuudeksi. Määritellessään urheilumatkailua Weed käsittelee urheilun ja matkailun ominaispiirteitä ja näiden ominaispiirteiden keskinäisiä vuorovaikutussuhteita. Sekä urheilun että matkailun yhtenä ominaispiirteenä on näihin toimintoihin liittyvät muut ihmiset. Urheilussa näitä ovat kilpailijat ja/tai muut osanottajat. Matkailussa näitä puolestaan ovat esimerkiksi kanssamatkustajat. Toinen ominaispiirre sekä matkailulle että urheilulle on se, että osallistuja vierailee paikoissa, jotka ovat kokijalle tutun elinympäristön ulkopuolella. Itse matkanteko on tässä vain keino saapua ”epätavallisiin” paikkoihin tai matkoihin, jotka tapahtuvat ”epätavallisissa” ympäristöissä. Kun otetaan huomioon näiden tunnuspiirteiden vuorovaikutus matkailun ja urheilun välillä, voidaan urheilumatkailu käsitteellistää ainutlaatuiseksi vuorovaikutteisuudeksi toiminnan, ihmisten ja paikkojen välillä, jossa ei voida erottaa urheilua ja matkailua toisistaan. Paino tässä määritelmässä on nimenomaan vuorovaikutteisuudella. Urheilumatkailu on tällöin enemmän kuin urheilun ja matkailun summa. (Weed 2008, 16.)

## **2.2 Urheilumatkailun historia**

Urheilumatkailun historia ulottuu aina antiikin ajan olympialaisiin 776 eaa. Tuolloin urheilijat olivat suuria sankareita, jotka edustivat kaupunkinsa kunniaa kisojen aikana.



Tuhannet ihmiset matkustivat pitkiäkin matkoja kannustaakseen kotikaupungin urheilijan voittoon. Toisin kuin nykyaikana, matkailijoille ei ollut tarjolla majoitusvaihtoehtoja, vaan matkustajat nukkuivat joko teltoissa tai taivasalla. Olympialaisiin saattoi osallistua jopa 40 000 katsojaa. Antiikin aikaan urheilulla oli myös poliittinen tehtävä, jonka tarkoituksena oli yhdistää urheilun avulla muuten jakaantunut maa yhteen. Roomalaisten aikaan matkailusta tuli enemmän terveyteen ja sosiaaliseen kanssakäymiseen painottuva ja kilpailulliset elementit olivat vähemmän merkittäviä. Rooman valtakunnan aikaan suosituimpia tapahtumia, jotka voidaan liittää urheilumatkailuun, olivat gladiaattorinäytökset ja kylpyläkulttuuri. Gladiaattorinäytösten katsojakunta oli tosin pääosin paikallisia katsojia ja on hieman kyseenalaista kuinka kylpyläkulttuuri voidaan varsinaisesti liittää urheiluun. (Weed & Bull 2004, 3-4.)

Antiikin ajan olympialaiset ja Rooman valtakunnan ajan urheilumatkailu ovat todisteena siitä, ettei urheilumatkailu ole pelkästään moderni ilmiö. Näistä esimerkeistä huolimatta on hyvin vähän todisteita urheilumatkailusta Rooman valtakunnan ja teollisen ajan välillä. Yhtenä esimerkkinä voidaan nähdä keskiajan ritarit, jotka voidaan rinnastaa antiikin ajan urheilijoihin. (Weed & Bull 2004, 4.)

Urheilumatkailun suosio nousi 1800-luvulla. Yksi tärkeimmistä syistä tähän oli matkustamisen helpottuminen. Rautatieliikenteen kehittyminen 1800-luvulla mahdollisti muidenkin kuin yläluokkien matkustamisen urheilutapahtumiin. Lajeja alettiin järjestää organisoidummin, jolloin yhteneväisten sääntöjen myötä voitiin järjestää myös valtakunnallisia turnauksia. Yleinen palkkatason nousu ja lisääntynyt vapaa-aika mahdollistivat urheilumatkailun suosion nousun. Tämän lisäksi aktiivinen urheilumatkailu kuten esimerkiksi kiipeily ja hiihtäminen yleistyivät. Lajien harrastaminen oli kuitenkin mahdollista vain varakkaille ylä- ja keskiluokille, joilla oli varaa varusteisiin ja matkustamiseen kaukasiinkin kohteisiin. (Weed & Bull 2004, 5-9.)

Lisääntynyt vapaa-aika, palkalliset lomat sekä ansiotasojen nousu vaikuttivat huomattavasti urheilumatkailun suosion nousuun 1900-luvulla. Myös autoilun yleistyminen helpotti ihmisten matkustamista. Halpalentojen syntyminen 1960-luvulla mullisti kansainvälisen matkailun ja sillä oli myös suuri vaikutus urheilumatkailuun. Ihmiset pystyivät nyt matkustamaan kaukasiinkin kohteisiin harrastusten vuoksi. Matkailu ja urheilu tuli-

vat mahdollisiksi jokaiselle ja niistä tuli myös tärkeä osa ihmisten elämää. (Weed & Bull 2004, 10–12.)

Kaupallistuminen ja globalisaatio ovat nostaneet urheilun mega-tapahtumat siihen suosioon kuin ne tänä päivänä ovat. Yksi tärkeä tekijä urheilumatkailun suosion nousuun on ollut televisiointi. Televisioinnin lisääntymisellä on ollut merkittävä rooli urheilumatkailun suosion nousussa. Televisiointi on mahdollistanut lajien maailmanlaajuisen seuraamisen ja on nostanut näytettävien lajien kiinnostavuutta. (Weed & Bull, 12–13.) Urheilulajeja alettiin muokata sopiviksi televisiota varten esimerkiksi aloittamalla pelit televisioinnin kannalta sopivaan aikaan ja lisäämällä katkoja mainontaa varten. Urheilusta on kaupallisuuden lisääntymisen myötä tullut yksi viihdeteollisuuden muodoista ja pelaajista on tullut entistä suurempia kuuluisuuksia, joiden tekemisiä seurataan tarkasti sekä kentällä että kentän ulkopuolella. (Hingham 2005, 5.) Televisiointi on lisännyt ihmisten halukkuutta kokea urheilutapahtumien ainutlaatuinen tunnelma ja kannustanut urheilijoita osallistumaan kyseisiin tapahtumiin (Weed & Bull 2004, 12–13). Urheilu, joukkueet, tapahtumat sekä tapahtumapaikat ovat nykyisin matkailuvetovoimatekijöitä itsessään (Hingham 2005, 5).

Hallitusten ja valtioiden rooli urheilumatkailussa on nykyään korostunut. Megatapahtumilla ja muilla urheilutapahtumilla on suuri merkitys alueen taloudellisen ja matkailun kehittymisen kannalta, joka on lisännyt monien kaupunkien kiinnostusta järjestää kyseisiä tapahtumia. (Weed & Bull 2004, 12–13.)

### **2.3 Urheilumatkailun muodot**

Urheilumatkailu voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään: aktiiviseen urheilumatkailuun (active sport tourism), urheilutapahtumamatkailuun (event sport tourism) ja nostalgiaurheilumatkailuun (nostalgia sport tourism) (Gibson 2006, 9). Tässä työssä käsiteltävä jääkiekko-otteluihin liittyvä vierasmatkailu kuuluu urheilutapahtumamatkailuun. Aktiiviseen urheilumatkailuun kuuluu esimerkiksi lumilautailu ja sukellus. Aktiviteeteissa matkailija on itse aktiivisena osallistujana. Aktiivinen urheilumatkailu voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: kovaan ja pehmeään. Kovassa aktiivisessa urheilumatkailussa

matkailija osallistuu kilpailijana aktiviteetteihin. Pehmeään aktiiviseen urheilumatkailuun ei liity kilpailuelementtiä. (Gibson 2006, 9.)

Urheilutapahtumamatkailulla tarkoitetaan osallistumista katsojana urheilutapahtumaan. Tällaisia tapahtumia voivat olla joko erilaiset mega- tai suur tapahtumat kuten esimerkiksi olympialaiset tai Wimbledonin tennisturnaus tai pienemmän kokoluokan tapahtumat. (Gibson 2006, 10–11.) Tämän työn aiheena olevat jääkiekon runkosarjaottelut toimivat yhtenä esimerkkinä pienemmän luokan tapahtumasta. Vaikka suurin osa urheilumatkailun tutkimuksista on kohdistunut megaluokan tapahtumiin, on myös pienemmän mittaluokan tapahtumilla merkitystä alueen urheilumatkailualan kehityksen kannalta. Kyseiset tapahtumat mahdollistavat myös markkinoinnin ja talouden kehittymisen kyseisellä alueella. (Gibson 2006, 10–11.)

Nostalgiaurheilumatkailun määritelmään on perinteisesti määritelty muun muassa matkat urheilumuseoihin tai vierailut historiallisille rakennelmille. Gibson laajentaa tätä käsitettä ottamalla mukaan matkaan liittyvät sosiaaliset tekijät. Hänen mukaansa urheilumatkailu voidaan kategorisoida kohteisiin ja tapahtumiin joihin liittyy perinteet, kiertokäynnit ja risteilyt, sekä fantasiaelementit että teeman mukaan suunnitellut liikkeet. Suurin näistä ryhmistä on perinteisiin liittyvä matkailu, joihin kuuluvat muun muassa vierailut urheilumuseoissa sekä menneitä aikoja muistelevat perinneottelut. Stadionkiertokäynnit toimivat puolestaan ainutlaatuisina näyttämöinä menneiden aikojen muisteluun paikassa, jossa on koettu urheilun monet eri kasvot. Erilaiset teemaristeilyt tarjoavat matkustajille mahdollisuuden harrastaa lajiaan useammassa kohteissa. Risteilyjen aikana entiset huippupelaajat voivat opastaa matkustajia lajin saloihin, joka tarjoaa risteilyyn nostalgiaelementin. Urheiluteeman mukaisesti sisustetut baarit ja ravintolat tarjoavat nostalgisen ympäristön muistoesineiden, musiikin ja vanhojen urheiluvideoiden muodossa. (Gibson 2006, 54–58.) Urheilufantasialeirit (sport fantasy camps) tarjoavat mahdollisuuden tavalliselle ihmiselle olla vuorovaikutuksessa menneisyyden tärkeiden urheiluihmisten, paikkojen ja tapahtumien kanssa. Erilaiset merkitykselliset paikat edustavat tässä kohdepohjaista matkustamista, kun taas vuorovaikutus muiden ihmisten kanssa edustaa sosiaalista aspektia nostalgiaurheilumatkailussa. Sosiaalisuus on tärkein syy fantasialeireihin osallistumiseen. Osallistujat haluavat jakaa omia urheilumuistojaan muiden samanmielisten kanssa ja tapahtumiin osallistuvilla entisillä urheilijoilla on

mahdollisuus tavata vanhoja joukkuekavereitansa ja tuntea itsensä taas tähtipelaajaksi. Nostalgiaurheilumatkailu ei ole siis pelkästään matkustamista paikkoihin tai historiallisten artefaktien näkemistä, vaan se on myös yksilön oma kokemus urheilusta sekä urheilun ja matkailun mahdollistamisista ryhmäpohjaisista sosiaalisista kokemuksista. (Gibson 2006, 57–58, 62.)

Suurimmalle osalle nostalgiaurheilumatkailijoista urheilu ei ole pääasiallinen syy yli yön kestäville matkalle. Erilaiset urheilumuseot ja muut merkittävät paikat voivat olla tärkeitä vierailukohteita heille, mutta ne ovat harvoin pääsyy matkustaa tiettyyn kohteeseen. (Weed & Bull 2004, 70.)

## **2.4 Urheilumatkailijan motiivit**

Urheilumatkailijoiden ja muiden turistien motiivit matkustamiseen ovat monilta osin hyvin yhteneväiset. Sekä urheilumatkailijoille että turisteille tärkeitä matkustamismotivaation lähteitä ovat fyysiset tekijät, ihmisten väliset suhteet sekä asema että maine. Fyysisiin tekijöihin kuuluu kehon ja mielen virkistyminen sekä terveydelliset syyt ja nautinto. Urheilumatkailussa korostuu terveyden, urheilun ja yleisen hyvinvoinnin merkitys motivaation lähteenä matkustamiselle, kun taas tavallisella turistilla pääpaino on rentoutumiselle ja niin sanotusti akkujen lataamisella. Halu nauttia ja saada virikkeitä lomaltaan on kummallekin matkailijatyypille olennainen motivaationlähde matkustamiselle. (Weed & Bull 2004, 49–50.)

### **2.4.1 Sosiaaliset tekijät motivaation lähteenä**

Ihmisten välisiin suhteisiin kuuluvat vuorovaikutustilanteet muiden ihmisten kanssa sekä uudessa ympäristössä koetut uudet kokemukset. Urheilumatkailu on monelta osin sosiaalinen kokemus. Vuorovaikutustilanteet ihmisten välillä sekä erilaisiin ryhmiin kuulumiset tulevat tärkeäksi osaksi matkaa ja mahdollistavat sosiaalisen identiteetin kehittymisen urheilumatkailun myötä. (Weed & Bull 2004, 50.)

Yksi tärkeä syy urheilun harrastamiseen on halu kuulua tiettyyn ryhmään, joka mahdollistaa yhtenäisyyden tuntemisen ryhmän kanssa (Weed & Bull 2004, 50). Tällöin yksilö on tietoinen siitä, että hän kuuluu tiettyyn sosiaaliseen ryhmään. Ryhmään kuulumisella

on yksilölle merkitystä myös emotionaalisuuden ja arvon kannalta. (Gibson 2006, 35–37.) Yhtenä ilmentymänä yhtenäisyyden tavoittelusta toimii Jokereiden kannattajaryhmä Eteläpääty. Jokereiden kotiotteluissa kyseiselle kannattajaryhmälle on varattu oma paikaton katsomonosa, jossa kannattajat kannustavat omaa joukkuettaan erilaisilla yhteislauluilla ja kannustuksilla. Näitä kannustuksia johtaa niin sanottu capo, joka toimii kannattajaryhmän johtajana. Yhteisillä tavoilla (esimerkiksi lauluilla) ja tiettyyn ryhmään kuulumisella saadaan vahvistettua kannattajaryhmän keskuudessa koettua yhtenäisyyden tuntua. Myös kannattajaryhmän tekemät vierasmatkat ovat kannattajaryhmää lähentävä kokemus kuten myöhemmin esiteltävä Fairleyn tutkimus osoittaa.

Urheilumatkailu tarjoaa osallistujille mahdollisuuden sosiaalisen identiteetin muodostamiseen, jonka muodostaminen esimerkiksi työn kautta ei olisi mahdollista. Tällöin matkustaminen toimii keinona identiteetin rakentamiselle sekä vahvistamiselle. (Gibson 2006, 39–40.) Yhtenä esimerkkinä tällaisesta voidaan pitää aiemmin mainittua kannattajaryhmän johtajaa, jonka johtaminen ei välttämättä ole mahdollista kyseisen henkilön työelämässä. Matkailu tarjoaakin yksilölle mahdollisuuden monien sosiaalipsykologisten tarpeiden tyydyttämiseen. Yhtenä esimerkkinä tästä on Zürcherin tutkielma, jonka mukaan matkustaminen mahdollistaa tämän väliaikaisen roolin, joka ei ole mahdollinen ihmisen omassa arkielämässä. (Gibson 2006, 74.) Matkan aikana yksilö tuntee, että hänellä on lupa käyttäytyä toisin kuin häneltä yleensä odotetaan. (Weed & Bull 2004, 52.)

Erilaiset urheilutapahtumat ovat yksi urheilukannattajan tärkeimmistä keinoista ilmaista omaa identiteettiään. Kannattajilla tämä ilmenee esimerkiksi fanituotteiden käyttämisellä, joiden avulla he ilmaisevat yhtenäisyyttä. Tapahtuman aikana käytetty kieli, huumori sekä sosiaaliset kanssakäymiset ja muu käyttäytyminen ovat yleensä yhteneväisiä alakulttuurin kanssa. (Gibson 2006, 45.)

Aseman ja maineen ollessa motivaattoreina ovat henkilökohtainen kehitys ja minäkuuvan parantaminen tärkeässä osassa matkaa. Urheilumatkailussa nämä tekijät näkyvät esimerkiksi voittamisen kautta, kun taas tavan turisti voi kohottaa asemaansa ja mainetta matkustamalla aina kalliimpiin ja eksoottisempiin kohteisiin. (Weed & Bull 2004, 49–50.) Matkaaajan uralla tarkoitetaan passiivisessa urheilumatkailussa esimerkiksi tärkeillä stadioneilla käyntiä. Vierailua tällaisella stadionilla voidaan pitää tärkeänä saavutuksena matkaajan ”uralla”. Aiemmin saavutetut kokemukset toimivat puolestaan osoituksena

urasaavutuksista. Näiden avulla yksilö osoittaa sekä oman statuksensa sisäpiiriläisenä että myös asemansa alakulttuurin sisällä. Yksilön tieto esimerkiksi paikoista, alakulttuurin taustoista sekä sen rituaaleista ja muodollisuuksista tapahtumissa voi osoittaa todellisen urheilumatkailijan aseman. (Gibson 2006, 45).

Aseman lisäksi erilaiset materiaaliset saavutukset voivat toimia ”uran” saavutusten tunto-merkkeinä. Erilaiset palkinnot, t-paidat tai muut esineet, jotka ovat tarjolla vain osallistujille, tarjoavat myös lisäarvoa urheilumatkailijan uralle. (Gibson 2006, 45–46.) Erilaiset fanipaidat ja niihin kerätyt pelaajien nimikirjoitukset ovat yksi esimerkki urheilumatkailijan materiaalisista saavutuksista.

Toisin kuin matkailualalla monesti oletetaan, työntövoimatekijät voivat olla tärkeämpi tekijä matkaa valitessa kuin kohteen vetovoimatekijät. Yleensä yksilöt valitsevat matkakohteensa tasapainottaakseen joko ärsykkeiden puutetta tai niiden yliannostusta arkielämässä. (Gibson 2006, 74). Urheilumatkailijan käyttäytyminen voidaan nähdä etsimisen ja pakenemisen käsitteiden kautta, aivan kuten niin sanotun tavallisen matkailijan käyttäytyminen voidaan nähdä näiden käsitteiden kautta. Urheilumatkailija on fyysisesti poissa kodin alueelta ja kotielämästä. Kyseinen matka voi auttaa matkajaa pois hänen työroolin identiteetin alueelta ja auttaa pyrkimyksessä muodostaa identiteetti urheilumatkailun alakulttuurin parista. (Gibson 2006, 44–45.)

Urheilumatkailu on sosiaalinen, taloudellinen ja kulttuurinen ilmiö. Monissa tapauksissa urheilutapahtumat ja ihmisten suhtautuminen niihin on selkein ilmentymä yhteiskunnan kulttuurisesta ja yhteisöllisestä identiteetistä. Urheilutapahtumissa urheilijamatkailijan kokemus tapahtumassa ei rajoitu pelkästään itse urheilutapahtumasta nauttimiseen, vaan myös osallistumisesta paikallisen kulttuurin ilmentymään. (Weed 2008, 16–17.)

#### **2.4.2 Eri urheilumatkailijatyyppeiden matkustusmotiivit**

Urheilumatkailijoiden käyttäytymiseen matkan aikana vaikuttaa se, onko urheilu ensisijainen tarkoitus matkalle vai onko urheilu vain osa matkaa. Ritchien ja kumppaneiden (2000, teoksessa Hingham 2005, 60) tutkimuksen mukaan urheilumatkailijat voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään: innokkaiisiin kannattajiin, (the avid spectator/fan) tavallisiin

kannattajiin (the frequent spectator/fan) ja satunnaisiin kannattajiin (casual spectator/fan). Kaikilla näillä kannattajatyypeillä on omat motiivinsa ja käyttäytymisensä matkustamisen suhteen. Innokkaille kannattajille on tärkeintä itse urheilutapahtuma sekä kaikki urheiluun liittyvä eivätkä he todennäköisesti yövy kohteessa. Satunnaisille kannattajille urheilutapahtuma oli vain yksi osa matkaa ja he myös viipyivät pidempään kohteessa sekä käyttivät enemmän rahaa kuin innokkaat kannattajat. Tavallisille kannattajille urheilu oli tärkein syy tulla tapahtumapaikkakunnalle, mutta he olivat myös kiinnostuneita muista aktiviteeteista alueella. (Hingham 2005, 60.)

Kahdessa eri tutkimuksessa, jossa tutkittiin lyhytkestoisiin urheilutapahtumiin tulevien katsojien motiiveja ja käyttäytymistä, itse urheilutapahtuma oli suurin syy tulla paikkakunnalle suurimmalle osalle katsojista. Yleensä vierailuun ei liittynyt yöpymistä tapahtumapaikkakunnalla. Nämä katsojat voitaisiin siis luokitella aiemmin mainittuihin innokkaksiin kannattajiin, koska urheilutapahtuma oli pääsyy heidän matkaansa eikä matkaan liittynyt yöpymistä. Merkittävälle osalle kyselyyn vastaajista, kyseinen tapahtuma tarjosi ennen kaikkea mahdollisuuden viettää ainutlaatuinen päivä urheilutapahtuman parissa. Tämän motiivin pohjalta toimivat ihmiset osallistuvat myös satunnaisina katsojina esimerkiksi jääkiekon runkosarjaotteluihin. Muita syitä osallistua tapahtumiin katsojina oli joko oma tai perheenjäsenen mahdollinen osallistuminen tapahtumaan. Lyhytkestoisen tapahtumaan osallistuvien katsojien epäsäännöllisestä osallistumisesta johtuen, heidän motiiveja ei kuitenkaan voi suoraan rinnastaa pitkäkestoisen urheilukannattajan ”uraan”. (Weed & Bull 2004, 61–62.)

Weed ja Bull (2004,63) esittelee tutkimuksia, joissa oli tutkittu sekä kriketin että jalkapallon vannoutuneita kannattajia (committed fans). Heille urheilu itsessään on tärkein osa matkaa. Heille kiinnostus lajia ja seuraa kohtaa on aitoa ja syvään juurtunutta. Kannattajat ovat valmiita matkustamaan pitkiäkin matkoja seuratakseen oman joukkueensa otteluita, riippumatta siitä kuinka hyvin oma joukkue on menestynyt. Urheilufanius on olennainen osa heidän elämäänsä. Vaikka urheilu onkin vannoutuneille kannattajille matkan tärkein osa, myös muut osa-alueet matkasta kuten ottelupaikka ja sosialisointi muiden kannattajien kanssa, ovat heille tärkeässä osassa. Vannoutuneille kannattajille on tärkeää kuulua tiettyyn ryhmään ja saavuttaa asema siellä. Suurin osa vannoutuneista kannattajista on ystävien kanssa matkustavia miehiä. (Weed & Bull 2004, 63.)

Urheiluun liittyvän kokemuksen matkaajille (associated experience) urheilu itsessään ei ole tärkein osa matkaa. Matkaan kuuluvat sosiaaliset vuorovaikutussuhteet ovat tärkeä osa matkaa. Joissain tapauksissa myös itse fyysinen poissaolo kotoa on tärkeä motiivi urheilutapahtumaan osallistumiseen (Weed & Bull 2004, 63–66.)

Urheilukannattajien kategorisoiminen motiiveiden mukaan on toisinaan haastavaa. Esimerkiksi Weedin määritelmän mukaan kannattajaryhmän mukana vierasmatkoihin matkustavat voidaan luokitella vannoutuneisiin kannattajiin, kun taas Fairleyn mukaan sosiaaliset tekijät olisivat tärkein syy kannattajille vierasmatkoille lähtemisen suhteen. Tällöin heidät voitaisiin puolestaan luokitella urheiluun liittyvien kokemusten matkaajiin. Sherrane Fairley tutki australialaisen jalkapallon kannattajien matkustusmotiiveja vierasmatkalle lähtemisen suhteen. Hänen mukaansa näiden vierasmatkojen aikana pääpaino on sosiaalisten kokemusten jakamisessa ryhmän jäsenten kanssa. Itse urheilu ei ole tärkeimmässä osassa matkaa vaan muistot aiemmista matkoista ryhmän kanssa ovat avainasemassa. Aiempia kokemuksia verrataan uusiin kokemuksiin. Monelle kuuluminen ryhmään, jolle on muodostunut omat rutiinit, on tärkeä osa matkaa. Matkustaminen ryhmän kanssa, joka jakaa saman kiinnostuksen kohteen, yhdistää ihmisiä ja muodostaa ryhmäidentiteetin. (Weed 2008, 273–286.) Kannattajamatkoissa itse matka ja aiemmat kokemukset voivat siis muodostua tärkeämmiksi kuin varsinainen matkustuskohde ja joukkue. Voidaan siis sanoa, että sosiaaliset kokemukset ovat erittäin tärkeässä roolissa urheilumatkailussa.

#### **2.4.3 Elämänvaiheen, iän ja sukupuolen merkitys matkailussa**

Elämänvaihe vaikuttaa ihmisen matkustusmotiiveihin. Gibsonin ja Yiannakisin mukaan on olemassa kolme yleistä matkailijan roolia, jotka muuttuvat elämänvaiheen mukaan. Iän lisääntymisen myötä mieltyminen joitakin matkailijan rooleja kohtaan vähenee (roolit joihin liittyy fyysisyys, riski ja jännitys) ja toisia rooleja kohtaan puolestaan kasvaa (rooleja joihin liittyy kulttuuri, historia ja tuttuus). Joidenkin roolien suosio puolestaan vaihtelee elämänvaiheiden aikana (esimerkiksi itsenäisen massaturistin rooli). (Gibson 2006, 73.) Perheen perustaminen, lisääntyneet työvelvollisuudet tai ajan ja rahan puute vaikuttavat urheilumatkojen olemukseen. Erityisesti tämä vaikuttaa aiemmin mainittuihin vannoutuneisiin kannattajiin, joiden kannattamiskäyttäytyminen on erittäin sitoutu-



nutta. Esimerkiksi lasten saamisten myötä, vierasmatkojen määrä vähenee ja matkojen sosiaalinen luonne muuttuu, kun matkustaminen urheilutapahtumiin tapahtuu lasten kanssa. (Weed & Bull, 64.) Ikääntymisen myötä myös aktiivisen urheilumatkailun suosio laskee, vaikkei kokonaan häviäkään (Gibson 2006, 73).

Myös sukupuolten välillä on eroja matkustusmotiiveiden suhteen. Urheilutapahtumat kiinnostavat enimmäkseen miehiä ja taide- ja kulttuuritapahtuma kiinnostavat enemmän naisia (Robertson 2006, 83). Miehillä tärkeimmät matkustusmotiivit ovat urheilu ja seikkailu, kun taas naisille tärkeintä ovat aika perheen kanssa ja kulttuuriset kokemukset loman aikana. (Gibson 2006, 76).

### 3 Jokerit

Helsingin Jokerit perustettiin vuonna 1967 Töölön Vesan jääkiekkotoiminnan pohjalle. Töölön Vesa oli ajautunut talousvaikeuksiin ja seuran velat otti vastuulleen Aimo Mäkinen, joka yhdessä Eino Syrjäsen ja Reino Vilenin kanssa pitivät Jokereiden perustamiskokouksen 27. lokakuuta 1967. Jokereiden nimen keksi Raimo Kähkönen, joka toimi tuolloin Vesan joukkueenjohtajana ja Veikkauksen osastopäällikkönä. Idea joukkueen logosta keksittiin korttipakkaa selatessa. (Jokerit 2013a.)

Jokerit nousi SM-sarjaan ensimmäisen kerran kaudeksi 1969–70 ja ensimmäisen mestaruutensa seura saavutti kaudella 1972–1973. Mestaruudesta huolimatta seuran pelillinen menestyminen oli hyvin vaihtelevaa seuraavina vuosikymmeninä ja vuosina 1987–1989 seura pelasikin I-divisioonassa, josta se nousi takaisin SM-liigaan vuonna 1989. Myös seuran taloudellinen tilanne oli haastava kyseisenä ajankohtana ja Jokeriklubin Tuki ry myi edustusjoukkueen uudelle taustaorganisaatiolle Jokeri-Hockey Oy:lle. Jokereista tuli ensimmäinen osakeyhtiömuotoinen jääkiekkoseura Suomessa. Mukana uudessa yhtiössä oli muun muassa Kalervo Kummola 50 prosentin osuudella Kalervo Kummola. Jokereiden talousvaikeudet kuitenkin jatkuivat ja joukkue oli lähellä konkurssia. Helmikuussa 1991 Hjallis Harkimo osti 74 prosenttia Jokereiden osakkeista ja uusi aikakausi alkoi Jokereissa. Jokerit voitti 1990-luvulla neljä kultaa ja nousi yhdeksi aikakauden menestyneimmäksi joukkueeksi. Seura muutti pelaamaan Hartwall Areenalle kaudeksi 1997–98 ja viimeisimmän mestaruutensa seura saavutti vuonna 2002. (Jokerit 2013a.)

Kesäkuun 28. päivä (2013) Jokerit julkisti lehdistötiedotteessaan seuran siirtyvän pelaamaan KHL:n kaudeksi 2014–2015. Lisäksi tiedotettiin Hjallis Harkimon myyneen Hartwall Areenan liikemies Gennadi Timtshenkolle ja Rotenbergin perheelle. Jokereiden omistus säilyi edelleen Hjallis Harkimolla. Ainoastaan edustusjoukkue siirtyy pelaamaan KHL:n ja seuran juniorit pelaavat jatkossakin Suomen jääkiekkoliiton alaisia sarjoja. Jokereista tulee ensimmäinen suomalaisseura, joka pelaa KHL:ssä. (Jokerit 2013a.)

Jokereiden ilmoitus KHL:ään siirtymisestä ei ollut täysin ongelmaton. Jokerit oli saanut luvan KHL:ään siirtymiselleen Suomen jääkiekkoliitolta, mutta seura ei ollut kysynyt liigahallituksen lupaa KHL:ään siirtymiselleen, vaikka sen olisi näin pitänyt menetellä SM-liigan osakassopimuksen mukaan (Helsingin Sanomat 2013). Myös Kansainvälisen Jääkiekkoliiton sääntöjen mukaan siirtyminen toisen maan liigaan pelaamaan edellyttää sekä kansallisen liiton että kansallisen liigan suostumusta (Yle 2013a). SM-liiga piti osakaskokouksen heinäkuun 30. päivä jolloin se antoi luvan Jokereiden siirtymiselle KHL:ään. Liiga asetti ehtoja Jokereiden KHL:ään siirtymisen suhteen, joita se ei kuitenkaan julkaissut julkisuudessa. (Yle 2013b.)

Lokakuun 30. Jokerit ja KHL ilmoittivat tiedotustilaisuudessaan virallisesti Jokereiden siirtymisestä KHL:ään kaudeksi 2014–2015. Hartwall-areenan kesällä ostanut Arena Events Oy käytti osto-optionsa Jokerit Hockey Club Oy:n osakkeisiin ja omistaa jatkossa 49 prosenttia Jokereiden osakkeista. Puheenjohtaja Hjallis Harkimo on edelleen seuran pääomistaja. (Jokerit 2013b.)

### **3.1 Eteläpääty ry**

Eteläpääty ry on Jokereiden virallinen kannattajayhdistys. Yhdistys on perustettu vuonna 2008 ja yhdistys jatkaa vuonna 2000 perustetun JF-Club ry:n työtä. (Jokerit 2014.) Eteläpäädyn puheenjohtajana toimii Kimmo Virtanen ja varapuheenjohtajan Kati Lehvonen (Eteläpääty 2014a). Vuonna 2013 Eteläpäädyssä oli noin 360 jäsentä. Hartwall Areenalla Eteläpäädyllä on varattu reilut 1300 paikkaa katsomosta. (Eloranta, T. 10.5.2014.)

Yhdistys on tehnyt runkosarjan aikana keskimäärin 5–10 vierasmatkaa. Näiden matkojen lisäksi pudotuspelien aikana on järjestetty jokaiseen vierasotteluun vierasmatka. Jokereiden toistaiseksi viimeisellä Liigakaudella 2013–2014 Eteläpääty teki poikkeuksellisesti 18 vierasmatkaa, joissa oli kävijöitä 45–300 henkilöä/ per vierasmatka. Tämän lisäksi kerran kauteen Turkuun suuntautuvalla junamatkalle osallistui noin 1500 henkeä. Yhdistykselle on ollut tavoitteena järjestää yksi isompi vierasmatka kauden aikana, joka on ollut viimeisten kausien aikana nimenomaan Turun junamatka. Tämän lisäksi kauden aikana on ollut muutama isompi vierasmatka, joihin osallistuu noin 200–300 henki-

löö. Loput vierasmatkoista kerää keskimäärin noin 50–150 kannattajaa per vierasmatka. (Eloranta, T. 10.5.2014.)

### **3.2 KHL**

KHL on perustettu vuonna 2008 ja liigan nimi on lyhenne Kontinentalnaja hokkeinaja ligasta (mannermainen jääkiekkoliiga). Joukkueita sarjassa oli perustamiskaudella 24, joista 20 tuli KHL:ää edeltäneestä Venäjän Superliigasta ja yksi joukkue nousi Vyssšaja Ligasta, joka oli Venäjän jääkiekon toiseksi korkein sarjataso. KHL:ssä pelasi liigan perustamiskaudella myös joukkueet Latviasta, Valko-Venäjältä ja Kazakstanista. KHL on jaettu neljään eri lohkoon, jotka ovat nimetty kuuluisien venäläisten jääkiekkovaikuttajien mukaan. Lohkojen nimet ovat Bobrov, Tarasov, Harlamov ja Tšernyšov. KHL:n voittajalle annetaan Gagarin-pokaali, joka on nimetty venäläisen kosmonautin Juri Gagarinin mukaan. Moskovan Dinamo on KHL:n hallitseva mestari (2013). (KHL 2013a.)

KHL on pyrkinyt viime vuosien aikana aktiivisesti laajentumaan Eurooppaan suuntaan. Kaudella 2013–2014 KHL:ssä pelaa 28 joukkuetta, jotka on jaettu neljään eri lohkoon. Näistä joukkueista 23 on Venäjältä ja loput joukkueet tulevat Kazakstanista, Kroatiaista, Latviasta, Slovakiasta, Tšekistä, Ukrainasta sekä Valko-Venäjältä. (KHL 2013b.) Kaudeksi 2014–2015 Jokerit liittyy KHL:ään ensimmäisenä pohjoismaalaisena seurana (Jokerit 2013b). Jokereiden lisäksi KHL laajenee kaudeksi 2014–2015 kahdella muulla joukkueella. Kauden 2009–2010 päätteeksi KHL:stä taloudellisten ongelmien vuoksi erotettu Lada Togliatti palaa KHL:n ja tämän lisäksi Sotshiin perustetaan uusi joukkue. Tämä nostaa joukkueiden määrän 31:een, joista Spartak Moskovan ensi kauden tilanne on kuitenkin epäselvä johtuen seuran taloudellisista ongelmista. (IIHF 2014.)

## 4 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käsitellään kvantitatiivisen tutkimuksen teoriaa, opinnäytetyöhön liittyneen kyselylomakkeen laatimista, aineiston keräämistä sekä kyselyn reliabeliutta että validiutta. Valitsin kyselyn toteutustavaksi kyselyn, joka on yksi kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä.

### 4.1 Tutkimusmenetelmä

Määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen havaintoaineiston keruumenetelmiä voivat olla esimerkiksi haastattelu tai kirjekysely. Määrällinen tutkimusmenetelmä sopii suuria ihmisryhmiä kartoittaviin tutkimuksiin (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 121–141.) Yksi tapa kerätä itse aineistoa on kysely. Kyselytutkimuksen etuna on, että sen avulla voidaan kerätä melko helposti laaja tutkimusaineisto. Kyselyllä kerätään aineistoa standardoidusti ja siinä kohdehenkilöt muodostavat otoksen tietystä perusjoukosta. Standardoitu tarkoittaa sitä, että asiaa kysytään jokaiselta kohdehenkilöltä täsmälleen samalla tavalla (Hirsjärvi ym. 2007, 188.) Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeistä on se, että havaintoaineisto perustuu määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen, joka saatetaan tilastollisesti käsiteltävään muotoon. (Hirsjärvi y. 2007, 140.) Kysely toteutettiin kokonaistutkimuksena, jossa perusjoukkona olivat Jokeri-kannattajat.

Tiedonkeräysmenetelmäksi valitsin survey- eli kyselytutkimuksen, jonka tarkoituksena on saada koottua vastauksia tietyin kriteerein valitulta joukolta samoihin kysymyksiin standardoidusti. Standardoituus tarkoittaa sitä, että kysymykset kysytään kaikilta vastaajilta täsmälleen samalla tavalla (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 134,193).

Kerätyn aineiston avulla pyritään kuvailemaan, vertailemaan ja selittämään ilmiöitä. Kyselylomaketta käytettäessä joudutaan miettimään tarkoin kyselyyn liittyvien muuttujien määrää ja sisältöä. (Hirsjärvi ym. 2007, 130.) Liitteenä 1 oleva kyselylomake laadittiin yhdessä Eteläpäädyn kanssa ja kyselyn tarkoituksena oli saada mahdollisimman paljon tietoa Jokerikannattajien suhtautumisesta KHL-matkoihin. Tämän kyselyn avulla pystytään selvittämään Jokeri-kannattajien vieraskäyttäytymisen muutokset sekä asenteet vierasmatkailua kohtaan Jokereiden KHL:ään siirtymisen myötä. Kyselystä saatujen

tulosten pohjalta Eteläpääty ry pystyy paremmin kohdentamaan KHL-matkojen rakennetta kohti kannattajien haluamaa suuntaa. Kysely koostui reilusta kolmestakymmenestä kysymyksestä, joista pääosa oli monivalinta- ja asteikkoihin perustuvia kysymyksiä. Vastaajilla oli myös mahdollisuus kommentoida vapaasti mielipiteitensä eri valmismatkapaketeista sekä yleisesti KHL-matkoista.

## **4.2 Kyselyn toteutus**

Kysely tehtiin Webropolilla, joka on internetissä toimiva kysely- ja analysointisovellus (Webropol 2014). Kysely julkaistiin 24.11.2013, jolloin se lähetettiin 8 148:lle Eteläpääty ry:n sähköpostirekisterissä olevalle jäsenelle. Eteläpäädyn rekisterissä olevat henkilöt eivät välttämättä ole Eteläpäädyn ry:n jäseniä. Lisäksi linkki kyselyyn julkaistiin kyseisenä ajankohtana Jatkoajan keskustelupalstalla, Eteläpäädyn omilla internetsivuilla sekä Eteläpäädyn Facebook-sivuilla. Jokereiden Facebook-sivuilla kysely julkistettiin 25.11. Kyselyn ajankohtana (tilanne 24.11.) Eteläpäädyn Facebook-sivuilla oli 7 804 tykkääjää ja Jokereiden Facebook-sivuilla vastaavana ajankohtana oli 65 482 tykkääjää. Eteläpäädyn sivuilla kyselyn sivua ladattiin 4 113 kertaa. Jatkoajassa käyttäjiä on 55 292 (tilanne 28.5.2014). Näiden julkaisukanavien avulla kysely saatiin kohdistettua Jokeri-kannattajille. Vastausaika oli 24.11.–8.12.2013. Valitsin tutkimuksen toteutustavaksi internetissä tehtävän kyselytutkimuksen, koska tällä keinolla on mahdollista tavoittaa suuri vastaajien määrä kyselyä varten. Kyselyyn tulikin huomattavasti odotuksia enemmän vastauksia. Kyselyyn vastasi 1238 henkilöä, kun tavoitteenamme yhdessä Eteläpäädyn kanssa oli saada vähintään noin 200 vastausta.

## **4.3 Tutkimuksen reliabelius ja validius**

Tutkimuksen luotettavuutta pyritään arvioimaan tutkimuksen eri vaiheissa. Tutkimuksen määrittelemisessä on tärkeää, että tulokset ovat reliabeleita ja valideja. Luotettavuuden arvioinnissa voidaan käyttää erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja. Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Mittauksen tai tutkimuksen reliabelius tarkoittaa siis sen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on kehitelty erilaisia tilastollisia menettelytapoja, joiden avulla voidaan arvioida mittareiden luotettavuutta. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.) Reliabiliteettia voidaan mitata toistomittauksen, rinnakkaismittauksen ja yhtenäisyyden kautta. Toistomittauk-

sen ongelma on se, että yksilö ja itse ilmiö voivat muuttua mittausten välillä. Toistomittauksessa reliabiliteettia kuvataan korrelaatiokerroimella, joka lasketaan kahden saman muuttujan välillä. Korrelaatiokerroin lasketaan välillä -1–1 ja mitä lähempänä ykköstä ollaan, sitä suurempi korrelaatio ja yhteys muuttujien välillä on. (Metsämuuronen 2009, 75–76.)

Jokeri-kannattajille suunnatun kyselyn reliabiliuden voidaan sanoa olevan hyvä. Kyselyyn vastasi 1238 vastaajaa, joista lähes kaikki oli Jokereiden kannattajia, jotka olivat myös tutkimuksen perusjoukko. Vastauksia tuli laajasti eri-ikäisiltä, eri asemassa ja kannattajaryhmiin kuuluvilta sekä kuulumattomilta vastaajilta. Johtuen kyselyyn vastanneiden suuresta määrästä ja laajasta vastaajapohjasta, voidaan todeta tutkimuksen tulosten olevan ei-sattumanvaraisia. Kysely on myös toistettavissa. Kyselyn vastaukset todennäköisesti kuitenkin muuttuisivat ainakin hieman, jos kysely toteutettaisiin esimerkiksi vuoden päästä uudestaan. Tällöin Jokerit pelaisivat jo KHL:ssä ja vastaajien asenteet olisivat tässä ajassa jo saattaneet muuttua vuoden takaisesta. Tästä huolimatta voidaan sanoa kyselyn olevan reliabeli, koska tehtäessä sama kysely uudestaan lyhyen ajan sisällä, saataisiin samoilla vastaajilla ja samoilla mittareilla todennäköisesti samankaltaisia tuloksia. Kyselyssä käytettävät mittarit olivat pääsääntöisesti 5-portaisia ja tämän lisäksi kyselyssä oli myös yksi 7-portainen mittari. Pitkä mittari lisää tutkimuksen reliabiliteettia ja on yleensä luotettavampi kuin lyhyt (Metsämuuronen 2009, 79.)

Kysely julkaistaan internetissä Eteläpäädyn kotisivuilla, Jatkoajan keskustelupalstalla sekä Jokereiden että Eteläpäädyn Facebook-sivuilla, joten voidaan olettaa suurimman osan vastaajista olevan niin sanottua keskivertokannattajaa aktiivisempaa. Tästä johtuen voidaan olettaa, että vastaajat osallistuvat myös aktiivisemmin esimerkiksi vierasmatkoille. Tämä tuki kyselyn tarkoitusta, jonka yhtenä tarkoituksena oli selvittää kuinka Jokeri-kannattajien asenteet muuttuvat vierasmatkailua kohtaan Jokereiden KHL:ään siirtymisen myötä.

Toinen tutkimukseen liittyvä käsite on validius. Validilla tarkoitetaan sitä, että on tutkittu juuri sitä mitä oli tarkoituskin tutkia, eli se on tiedontarpeen kannalta merkityksellistä ja tarkoituksenmukaista aiheen käsittelyä. Ongelmia saattaa tulla esimerkiksi tilanteessa, jossa kyselylomakkeiden kysymyksiin saadaan vastaukset, mutta vastaajat ovat käsittä-

neet kysymykset eri tavalla kuin tutkija on ajatellut. Tutkijan tulee ottaa huomioon tuloksia analysoidessa se ovatko vastaajat tulkinneet kysymykset siten, kun tutkija on ne ajatellut. (Hirsjärvi ym. 2009 131–132.)

Tutkimuksen validiteetti voidaan jakaa ulkoiseen ja sisäiseen validiteettiin. Ulkoisella validiteetilla tarkoitetaan sitä onko kyseinen tutkimus yleistettävissä ja jos on, niin mihin ryhmiin. Sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen omaa luotettavuutta. On tärkeää tutkimuksen sisäisen validiteetin kannalta, että tutkimus mittaa sitä mitä on tarkoituskina mitata. Tutkimuksen sisäistä validiteettia arvioitaessa on tärkeää miettiä muun muassa sitä ovatko käsitteet oikeita sekä onko tutkimuksen mittarit oikein valittu ja onko mittari oikein muodostettu. Näitä seikkoja tarkastelemalla voidaan arvioida tutkimuksen validiteettia. (Metsämuuronen 2009, 65, 125.)

Tarkastellessa Jokeri-kannattajille tehdyn tutkimuksen validiteettia voidaan todeta tutkimuksen validiteetin olevan suhteellisen hyvä. Tutkimuksesta saaduista vastauksista voidaan päätellä vastaajien ymmärtäneen kysymykset siten kuin ne oli kyselyä tehdessä tarkoitettukin tulkittavan. Yksi kysymys, jota kaikki vastaajat eivät olleet käsittäneet siten kuin se oli tarkoitettu, oli kysymys numero kahdeksan, jossa kysyttiin oliko vastaaja ollut tyytyväinen Eteläpäädyn järjestämien vierasmatkojen kokonaisjärjestelyihin, jos hän oli osallistunut kyseisille matkoille. Avoimista vastauksista pystyi päättelemään, että suurin osa vastaajista, jotka vastasivat kieltävästi kysymyksessä esitettävään väittämään, eivät olleet osallistuneet ollenkaan Eteläpäädyn järjestämille matkoille. Tällaisten vastaajien määrä oli kuitenkin suhteellisen pieni koko kysymykseen vastanneista (vastanneita 708), mutta suurin osa ”en, kerro miksi” vastanneiden keskuudessa (48 vastaajaa 65:stä).

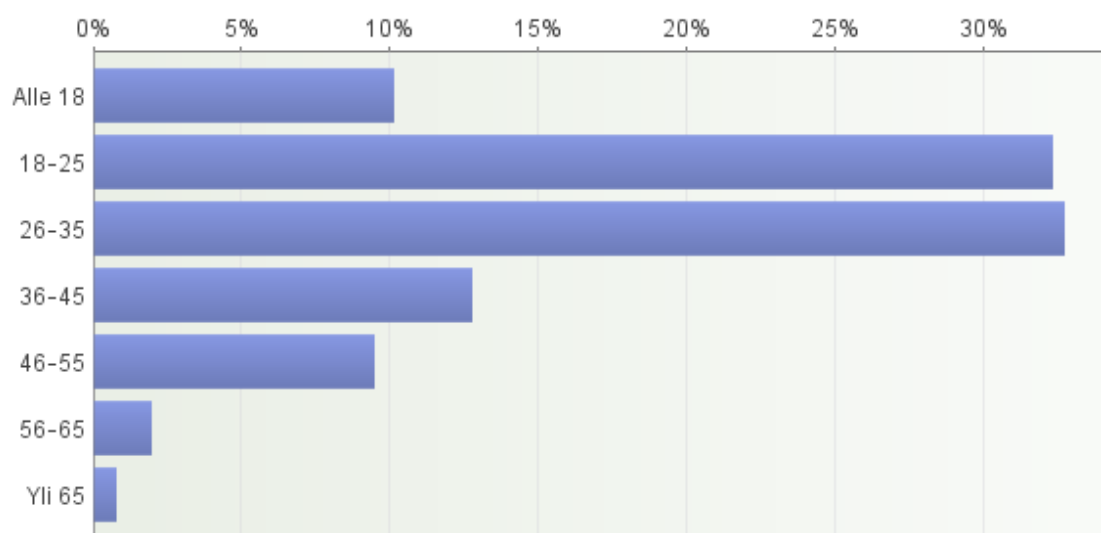
Kyselyyn oli tullut myös yksi virhe. Moskovan junamatkan kuvauksessa (kysymys 22) oli paluukaupungiksi vahingossa merkitty Pietari Moskovan sijaan. Yhdessä avovastauksessa oli huomattu tämä virhe, mutta voidaan olettaa, että suurin osa vastaajista kuitenkin ymmärsi siten kuin se oli tarkoitettu virheestä huolimatta. Tätä kohtaa analysoidessa tulee kuitenkin huomioida, että kyseinen virhe saattoi vaikuttaa joidenkin vastaajien vastaukseen. Koska muut kysymykset tulkittiin pääsääntöisesti siten kuin ne oli tarkoitettukin, voidaan sanoa tutkimuksesta saatujen tuloksien olleen valideja tutki-



muksesta haluttuihin tuloksiin nähden. Kyselyn validiutta tukee myös se, että lähes kaikki vastaajista vastasivat olevansa Jokeri-kannattajia, joka oli tutkimuksen kohde-ryhmä.

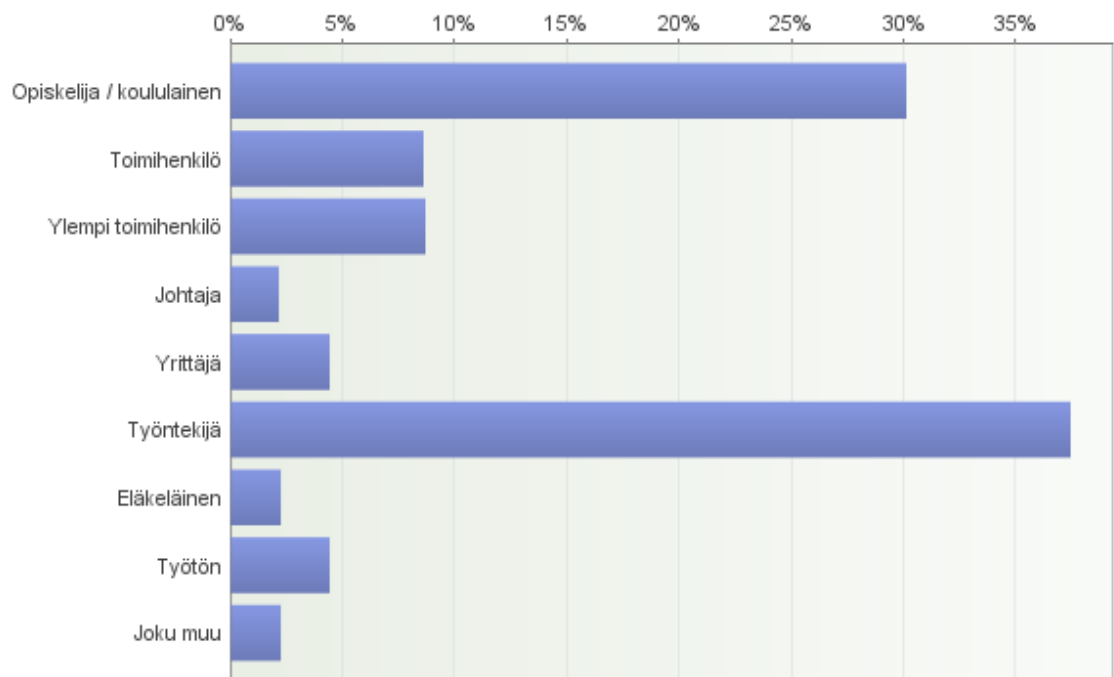
## 5 Tulokset

Kaiken kaikkiaan kyselyyn vastasi 1238 vastaajaa, joka oli huomattavasti enemmän kuin tavoitteenamme ollut vähimmäismäärä (noin 200 vastaajaa). Kaikkiin kysymyksiin vastaaminen ei ollut pakollista.



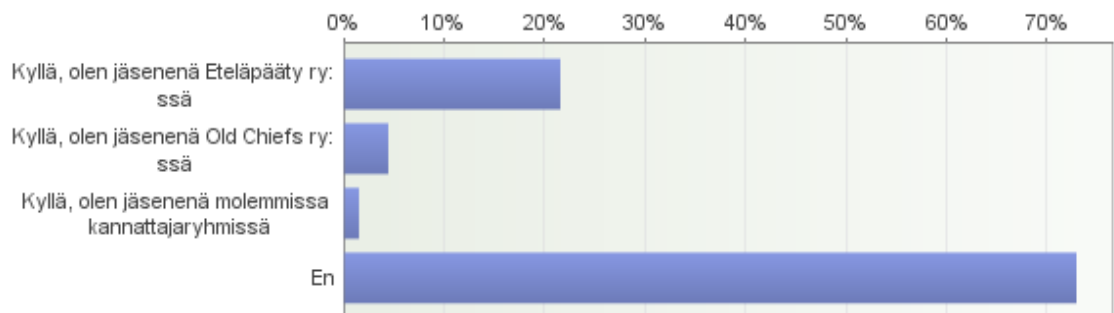
Kuvio 1 Vastaajien ikä (n=1238)

Vastaajien ikäjakauma oli alle 18-vuotiaista yli 65-vuotiaisiin. Vastaajista noin kaksi kolmasosaa (noin 65 %) oli 18–35-vuotiaita, joka oli hyvin odotettu tulos. (Kuvio 1.) Aktiivisimmat urheilumatkailijat ovat yleensä nuoria miehiä, kuten aiemmin urheilumatkailijoiden motiiveissa kävi ilmi. Kyselyyn vastanneista huomattava enemmistö (noin 85 %) olikin miehiä. Kyselyyn vastanneista suurin osa (noin 80 %) oli pääkaupunkiseudulta ja kehyskunnista, joka oli myös hyvin oletettava tulos johtuen siitä, että Jokerit on helsinkiläinen seura.



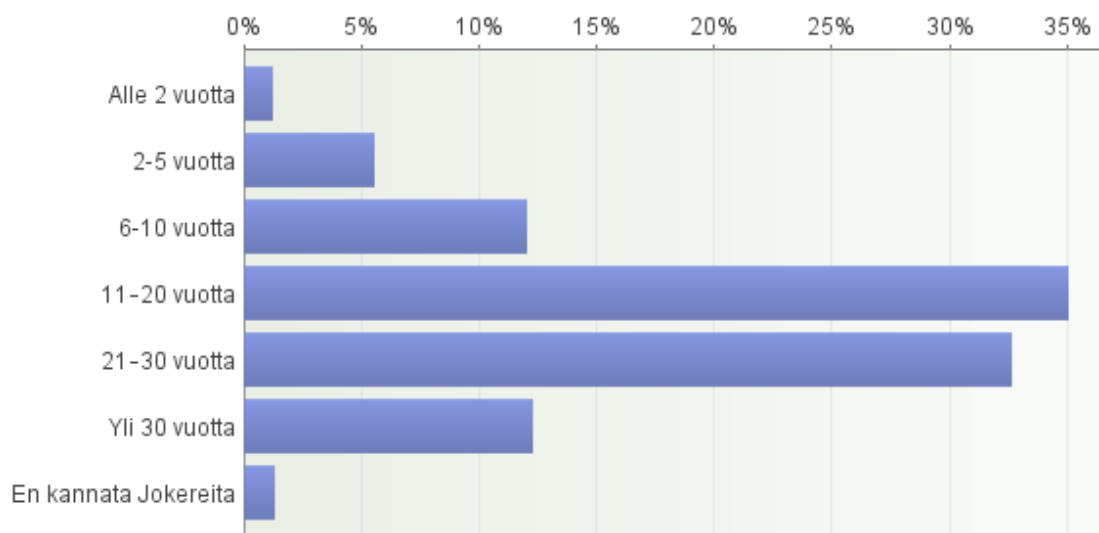
Kuvio 2 Vastaajien asema (n=1238)

Kysymykseen vastaajaan yhteiskunnallisesta asemasta saatiin vastauksia jokaiseen vastausvaihtoehtoon. Vastaajista eniten oli työntekijöitä, joita oli vastanneista 37 prosenttia ja toiseksi eniten vastaajista oli opiskelijoita/koululaisia (noin 30 %). (Kuvio 2.)



Kuvio 3 Vastaajien kuuluminen Jokereiden kannattajaryhmiin (n=1238)

Vastaajista noin viidennes oli jäsenenä Eteläpääty ry:ssä. Suurin osa (noin 73 %) kyselyyn vastanneista ei kuulunut Jokereiden kannattajaryhmiin. Osa vastaajista (noin 4 %) oli jäsenenä Jokereiden toisessa kannattajaryhmässä Old Chiefs ry:ssä ja pieni osa vastaajista (noin 1 %) kuului molempiin kannattajaryhmiin. (Kuvio 3.)



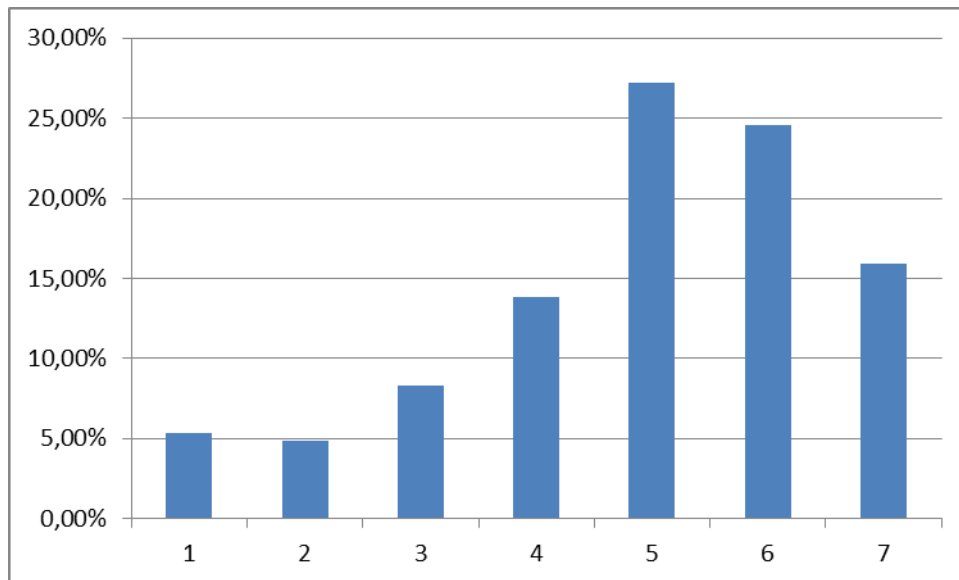
Kuvio 4 Kuinka kauan vastaaja on kannattanut Jokereita (n=1238)

Suurin osa vastaajista oli kannattanut Jokereita joko 11–20 vuotta tai 21–30 vuotta. Näiden vastaajien osuus oli noin kaksi kolmasosaa kokonaisvastaajien määrästä. (Kuvio 4.) Yksi syy tähän saattaa olla 1990-luvun alussa pinnalla ollut niin sanottu Jokeri-ilmiö, jolloin Jokerit sai paljon uusia kannattajia. Jokerit oli noussut takaisin SM-liigaan muutama vuosi aikaisemmin ja alkoi menestyä sen jälkeen, kun Hjallis Harkimo osti seuran. Joukkueella oli myös riveissään nuori supertähti Teemu Selänne, joka nosti seuran kiinnostavuutta mediassa. Jokerit oli paljon esillä mediassa ja joukkue menestyi urheilullisesti hyvin, jonka myötä Jokereiden kannatus lisääntyi huomattavasti tänä ajankohtana. Voidaan siis olettaa, että moni Jokereiden nykykannattajista on aloittanut Jokereiden kannatuksen 1990-luvulla.

Enemmistö kyselyyn vastaajista (noin 54 %) oli osallistunut aiemmin Eteläpääty ry:n järjestämille vierasmatoille. Yhtenä syynä tähän on se, että kysely oli kohdistettu Jokeri-kannattajille. Kyselyä jaettiin muun muassa Eteläpäädyn Facebook-sivuilla ja kysely lähetettiin n. 8 000:lle Eteläpääty ry:n rekisterissä oleville jäsenille. Näistä tekijöistä joutuksen voidaan olettaa, että enemmistö vastaajista edustaa aktiivisia Jokeri-kannattajia, jotka ovat osallistuneet Eteläpäädyn järjestämille vierasmatoille. Kyselyn yhtenä tavoitteena oli nimenomaan selvittää aktiivisten Jokeri-kannattajien suhtautumisten muutoksia KHL-siirtoon liittyen.

Valtaosa vastaajista (noin 91 %) oli tyytyväisiä Eteläpäädyn järjestämien vierasmatkojen kokonaisjärjestelyihin. Ainoastaan 9 % vastaajista vastasi, ettei ollut tyytyväinen Eteläpäädyn järjestämiin vierasmatkoihin.

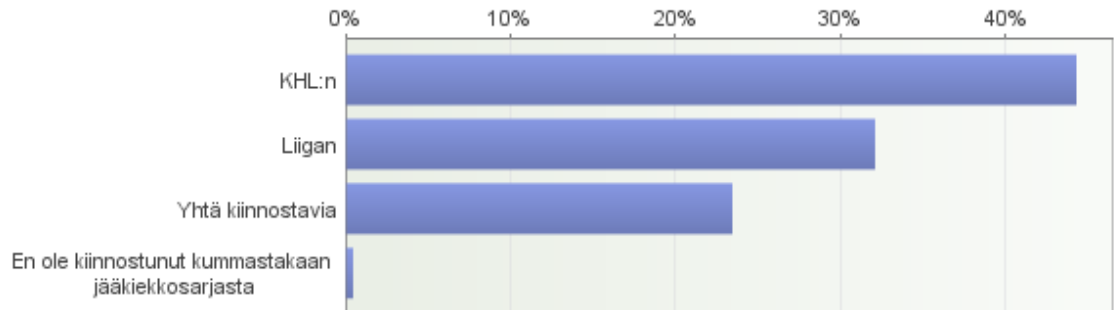
Suurin osa vastaajista, jotka olivat vastanneet ”en, kerro miksi”, olivat käsittäneet kysymyksen eri tavalla kuin se oli tarkoitettu. Avoimista vastauksista pystyi tulkitsemaan, että nämä vastaajat eivät olleet osallistuneet ollenkaan Eteläpäädyn järjestämille matkoille. Yhteensä ”en, kerro miksi” oli valinnut 65 vastaajaa, joista 48 ei kuitenkaan ollut osallistunut Eteläpäädyn järjestämille vierasmatkoille. Kuusi vastaajaa ilmoitti kannattajaryhmän huonon käyttäytymisen sekä alkoholin käytön aiheuttavan tyytymättömyyttä. Lisäksi kolme vastaajaa koki Old Chiefsin järjestämät matkat itselleen paremmaksi vaihtoehdoksi.



Kuvio 5 Suhtautuminen Jokereiden KHL-siirtoon asteikolla 1–7 (n=1238)

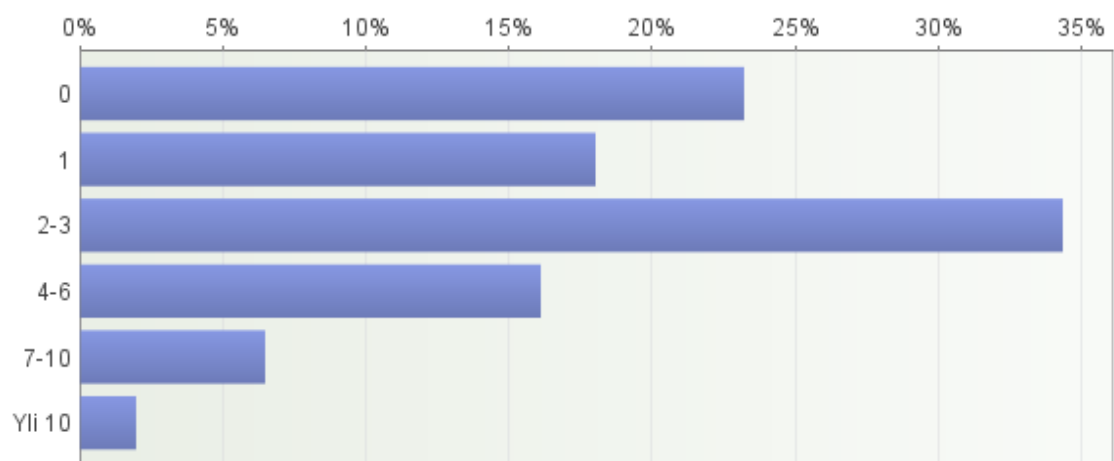
Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-siirtoa kohtaan jakoi mielipiteitä vastaajien keskuudessa, mutta pääsääntöisesti voidaan sanoa kannattajien suhtautumisen olleen melko positiivinen, keskiarvon ollessa 4,9 ja keskiarvon luottamusvälin ollessa 4,81–4,99. (Kuvio 5.) Käytössä oli 7-portainen asteikko, jossa ykkönen merkitsi erittäin negatiivista suhtautumista KHL-siirtoa kohtaan ja seitsemän merkitsi puolestaan erittäin positiivista suhtautumista. Tarkastellessa eri taustatekijöiden vaikutusta suhtautumiseen yksi selkeästi vaikuttava tekijä nousi esille. Tuloksista voidaan päätellä se, että mitä aktiivisemmin vastaaja oli käynyt vierasmatkoilla Liigassa, sitä negatiivisemmin hän suh-

tautui Jokereiden KHL-siirtoon. Yli 10 vierasmatkaa tekevien vastaajien keskiarvo KHL-siirtoon suhtautumiseen oli 4,08 ja 7–10 vierasmatkaa tekeville tämä oli puolestaan 4,19. Keskiarvo kaikkien kannattajien kesken oli 4,9, joten eron voidaan sanoa olevan merkittävä.



Kuvio 6 Kumman jääkiekkosarjan vastaaja kokee kiinnostavammaksi (n=1238)

Kuviosta 6 huomaa, että suurin osa vastaajista (noin 44 %) koki KHL:n Liigaa kiinnostavammaksi jääkiekkosarjaksi Jokereiden vierasmatkojen osalta ja 32 prosenttia puolestaan koki Liigan kiinnostavammaksi. Vastaajista noin 23 % koki kummatkin jääkiekkosarjat yhtä kiinnostaviksi vierasmatkojen osalta. Vastaajien aiempi aktiivisuus vierasmatkojen osalta vaikutti selvästi siihen kumpaa sarjaa he pitivät kiinnostavampana. Mitä useammalla vierasmatkalla vastaaja kävi Liigassa, sitä kiinnostavampana hän myös piti Liigaa Jokereiden vierasmatkojen osalta.



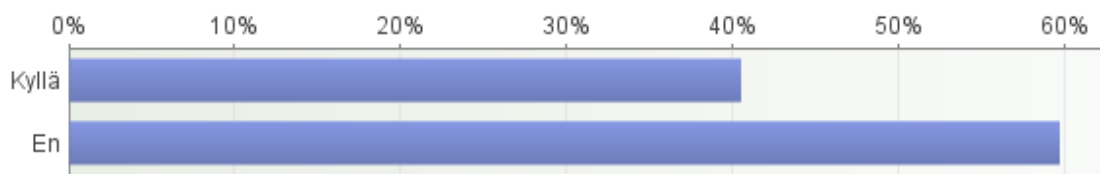
Kuvio 7 Vastaajien vierasmatka-aktiivisuus pääkaupunkiseudun ulkopuolelle suuntautuville vierasmatkoille Liigassa (n=1238)

Selvitettäessä Jokeri-kannattajien aktiivisuutta pääkaupunkiseudun ulkopuolelle suuntautuvien suhteen vierasmatkoihin kävi ilmi, että enemmistö vastaajista (noin 34 %) kävi kahdella tai kolmella vierasmatkalla keskimäärin kauden aikana. Huomattava osa vastaajista noin 23 %) ei käynyt laisinkaan vierasmatkoilla kauden aikana. (Kuvio 7.)

Taulukossa 1 esitetään, kuinka kannattajien vierasmatka-aktiivisuuteen vaikutti se oliko vastaaja Eteläpäädyn jäsen. Eteläpäädyn jäsenet olivat selkeästi aktiivisempia vierasmatkoille osallistujia kuin kannattajaryhmiin kuulumattomat. Kaikkien vastaajien kesken yli 3 vierasmatkaa kauden aikana teki noin neljännes vastaajista. Tarkasteltaessa lähemmin näitä lukuja käy ilmi, että Eteläpäädyyn kuuluvilla vastaajilla tämä vastaava luku oli noin 50 %, kun taas kannattajaryhmiin kuulumattomilla vastaajilla yli kolme vierasmatkaa kauden aikana teki noin 15 % vastaajista. Jokereiden toiseen kannattajaryhmään Old Chiefsiin kuuluvista vastaajista tämä luku oli hieman vajaat 40 % eli eroa oli myös tällä ryhmällä verrattaessa kannattajaryhmiin kuulumattomiin. Tämä tulos ei etukäteisoletuksiin nähden yllättänyt, koska voidaan olettaa, että kannattajaryhmiin kuuluvat henkilöt ovat myös aktiivisempia kannattajia kuin kannattajaryhmiin kuulumattomat.

Taulukko 1 Kannattajaryhmään kuulumisen vaikutus kauden aikana tapahtuvien vierasmatkojen määrään

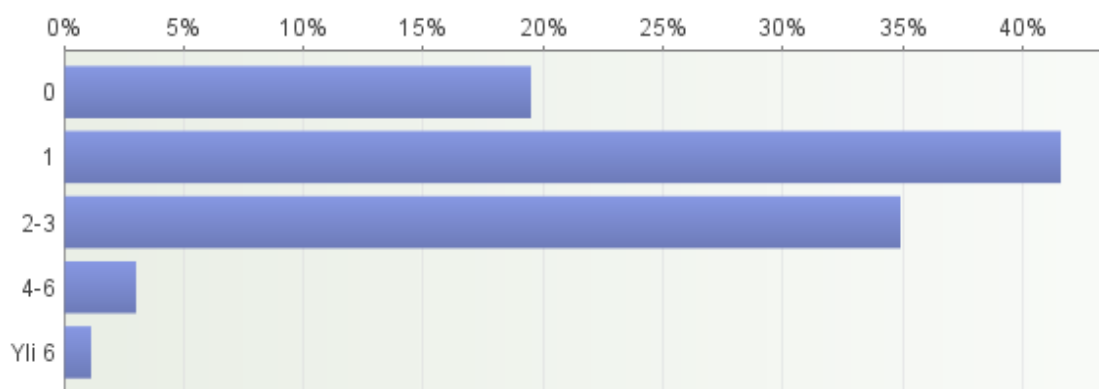
Vierasmatkojen määrä	0	1	2–3	4–6	7–10	Yli 10
Eteläpäädyn jäsen (n=265)	7,17%	9,43%	30,94%	29,81%	18,87%	3,77%
Old Chiefs ry:n jäsen (n=55)	7,27%	9,09%	45,45%	27,27%	9,09%	1,82%
Molempien kannattajaryhmien jäsen (n=1)	11,76%	5,88%	17,65%	23,53%	23,53%	17,65%
Ei kannattajaryhmiin kuuluva (n=901)	29,08%	21,31%	34,96%	11,21%	2,33%	1,11%



Kuvio 8 Osallistuminen Turun junamatkalle vierasotteluun (n=1238)

Eteläpäädy halusi kyselyssä myös selvittää kuinka suuri osa vastaajista on käynyt Jokereiden järjestämällä junamatkalla Turun runkosarjaotteluun. Kysymyksen yhtenä tarkoituksena oli selvittää kuinka monelle Turun junamatkalla kävijöistä kyseinen vierasmatka

on kauden ainoa. Noin 15 prosentille matkalle osallistujista junamatka oli kauden ainoa pääkaupunkiseudun ulkopuolelle suuntautuva vierasmatka eli suurin osa junamatkalle osallistuvista käy myös muilla vierasmatkoilla kauden aikana. Noin kolmannes junamatkalle osallistujista kuului Eteläpääty ry:n. Vastaajista n. 60 prosenttia ei ollut osallistunut kyseiselle matkalle kahden viimeisen kauden aikana (kuvio 8).



Kuvio 9 Aiottu vierasmatkojen määrä KHL:n kaudelle 2014–2015 (n=1237)

Suurin osa vastaajista aikoi käydä kaudella 2014–2015 joko yhdellä (noin 42 %) tai 2–3:lla (noin 35 %) vierasmatkalla. Vastauksista on nähtävissä se, että monen vastaajan osalta vierasmatkojen määrä vähenee seuraavalle kaudelle. Noin viidennes vastaajista ei aikonut käydä yhdelläkään KHL-vierasmatkalla. (Kuvio 9.) Tarkastellessa näitä vastaajia tarkemmin käy ilmi, että näistä vastaajista suurin osa (noin 65 %) koki Liigan KHL:ää kiinnostavammaksi sarjaksi ja myös suhtautuivat Jokereiden KHL-siirtoon huomattavasti keskiarvoa negatiivisemmin, keskiarvon ollessa näiden vastaajien keskuudessa 3,79.

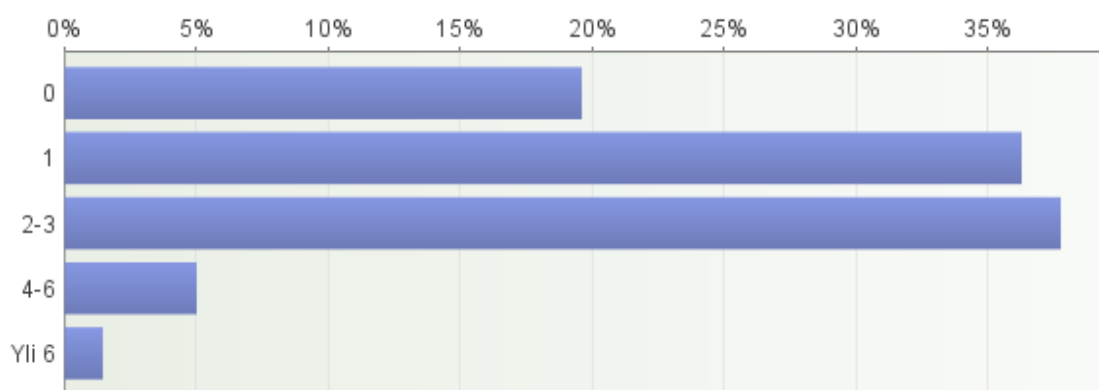
Vain hyvin harva vastaaja aikoi käydä 4–6:lla (noin 3 %) tai yli kuudella (noin 1 %) vierasmatkalla. (Kuvio 9.) Tämä eroaa huomattavasti verrattaessa Liigassa tapahtuviin vierasmatkoihin, jossa noin neljännes kaikista vastaajista (kuvio 7) sekä noin puolet Eteläpäätyyn kuuluvista (taulukko 1) teki enemmän kuin kolme vierasmatkaa kauden aikana. Taulukossa 2 esitetään, kuinka nyt vastaava luku Eteläpäädyin jäsenten keskuudessa oli vain 8 %, joten muutos on melko suuri verrattaessa Liigassa tapahtuvaan vierasmatkailuun. Havaittavaa on myös se, että aiemmin Liigassa Eteläpäädyin jäsenistä noin 16 % vastaajista teki 0–1 vierasmatkaa kauden aikana, kun taas ensi kaudella KHL:ssä näiden kannattajien osuus on tämän kyselyn perusteella huomattavasti suurempi eli noin 46 %



vastaajista. Jokereiden KHL:n siirtymisen myötä kaikista suurin pudotus vierasmatkan aktiivisuuteen tulee tämän kyselyn tulosten perusteella kannattajaryhmiin kuuluvien keskuudessa.

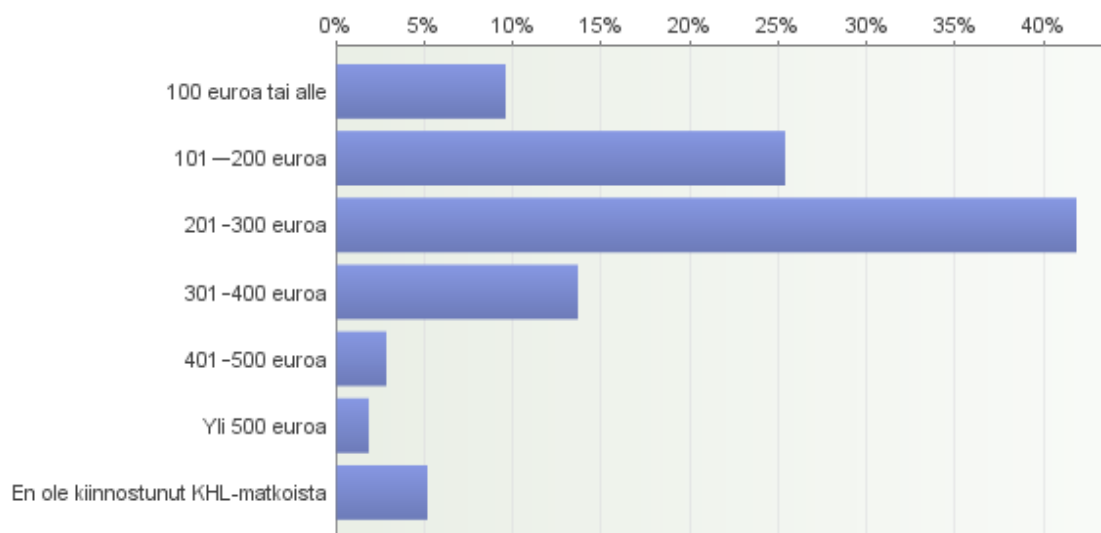
Taulukko 2 Kannattajaryhmään kuulumisen vaikutus KHL:ssä aiottujen vierasmatkojen määrään kaudelle 2014–2015

Vierasmatkojen määrä	0	1	2–3	4–6	Yli 6
Eteläpäädyn jäsen (n=265)	11,70%	34,72%	45,66%	7,17%	0,75%
Old Chiefs ry:n jäsen (n=55)	7,27%	45,45%	41,82%	1,82%	3,64%
Molempien kannattajaryhmien jäsen (n=17)	17,65%	11,76%	47,06%	5,88%	17,65%
Ei kannattajaryhmiin kuuluva (n=900)	22,56%	43,89%	31,00%	1,78%	0,78%



Kuvio 10 Kuinka monelle vierasmatkalle vastaaja olisi valmis lähtemään matkojen hinnan ollessa 250 euroa (n=1238)

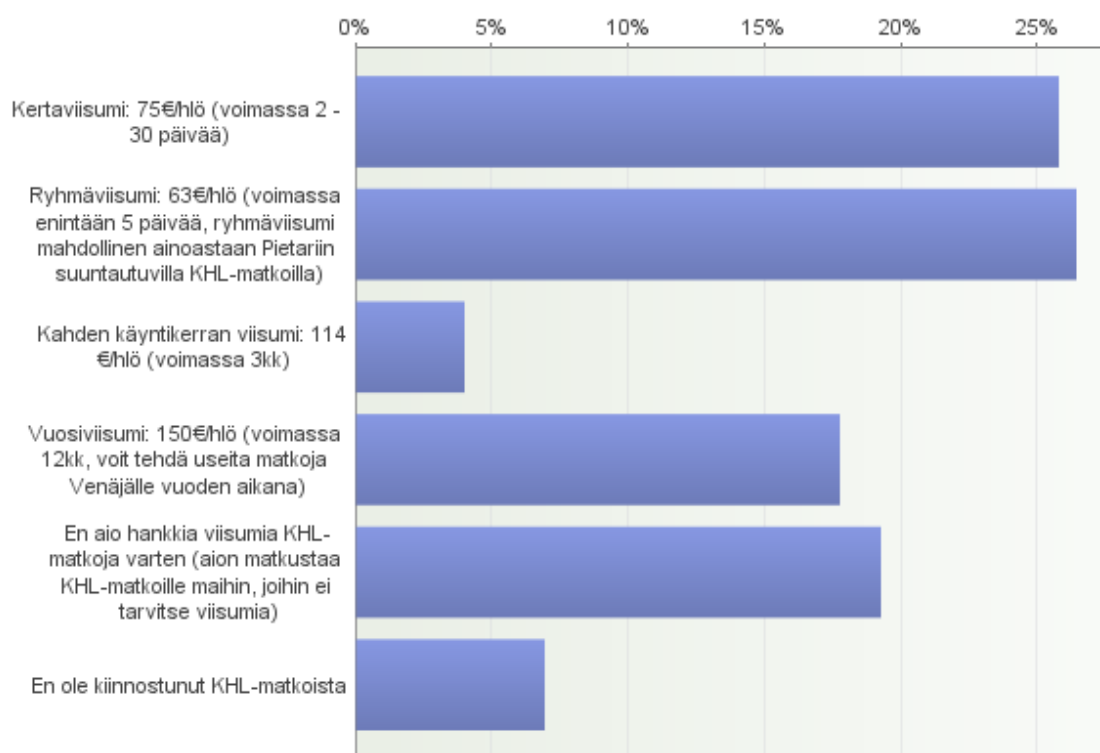
Eteläpääty halusi myös selvittää kuinka monelle KHL-vierasmatkalle kauden aikana kannattajat olisivat valmiita lähtemään, jos matkan kokonaishintana olisi noin 250 euroa per vierasmatka. Suurin osa KHL-vierasmatkoista, jotka Eteläpääty ensi kaudella aikoo toteuttaa, olisi todennäköisesti tätä hintaluokkaa. Eniten kannatusta vaihtoehtoista sai 2–3 vierasmatkaa (noin 38 %) ja lähes yhtä paljon kannatusta sai yksi vierasmatka kauden aikana, jonka vastasi noin 36 % vastaajista (kuvio 10). Luvut ovat hieman korkeampia kuin edellisestä kysymyksestä saaduissa vastauksissa, mutta ero ei kuitenkaan ole kovin merkittävä. Huomattava osa vastaajista (noin 20 %) ei ollut valmis tekemään yhtään vierasmatkaa kysymyksessä mainitulla hinnalla (kuvio 10).



Kuvio 11 Vastaajien maksimihinta KHL-vierasmatkalle (n=1238)

Kysyttäessä mikä olisi KHL-matkojen maksimihinta, jonka vastaajat olisivat valmiit maksamaan, sai vastausvaihtoehto 201–300 euroa selkeästi eniten vastauksia. Noin kolme neljäsosaa vastaajista oli valmis maksamaan KHL-vierasmatkasta maksimissaan 300 euroa tai alle. Vain hyvin pieni osa vastaajista (noin 4,5 %) oli valmis maksamaan yli 400 euroa KHL-vierasmatkasta. (Kuvio 11.) Lisäksi muiden kysymysten avoimista vastauksista on pääteltävissä, että kaksi yli 500 euroa vaihtoehdon valinneista vastaajista, ei välttämättä ole todellisuudessa valmis maksamaan kyseistä hintaa vierasmatkoista, vaan kyseessä on enemmän niin sanotuista protestiäänistä KHL:ää kohtaan.

Vastaajien taustatiedoilla ei ollut merkittävää eroa annettujen vastusten suhteen. Sukupuolten välillä oli havaittavissa pieni ero maksimihintojen suhteen. Miehistä noin neljännes vastaajista oli valmis maksamaan yli 300 euroa, kun naisista vastaava osuus oli noin 14 %.



Kuvio 12 Mieluisin viisumivaihtoehto KHL-matkoja varten (n=1238)

Kuten kuviosta 12 nähdään, ryhmäviisumi ja kertaviisumi olivat suosituimmat viisumivaihtoehtot KHL-vierasmatkoja varten. Seuraavaksi suosituin viisumivaihtoehto oli vuosiviisumi, jonka valitsi 18 % vastaajista. Kyseisellä viisumilla voi matkustaa useamman kerran Venäjälle vuoden aikana. Vastaajat, jotka valitsivat vuosiviisumin itselleen mieluisimmaksi viisumivaihtoehdoksi, olivat myös valmiita käyttämään enemmän rahaa KHL-matkoihin sekä aikoivat myös osallistua useammalle KHL-vierasmatkalle kauden 2014–2015 aikana. Havaittavaa oli myös se, että noin viidennes vastaajista aikoi matkustaa KHL-matkoille maihin, joihin ei tarvitse viisumia (kuvio 12).

Mielenkiintoisimmiksi vierasmatkakohdeiksi koettiin Praha, Pietari, Riika ja Bratislava tässä järjestyksessä (Taulukko 3). Pietarin ja Riian osalta voidaan olettaa kohteiden suhteellisen läheisen etäisyyden Suomeen vaikuttaneen positiivisesti keskiarvoon. Riika on myös yleisesti ottaen yksi suomalaisten suosituimmista matkakohdeista (AC-Sanafor 2011). Pietariin on myös useita eri matkustusvaihtoehtoja Suomesta matkustettaessa.

Vastaajien suhtautuminen Jokereiden KHL-siirtoon vaikutti siihen kuinka kiinnostavina he kokivat esitetyt vierasmatkakohdeet. Mitä positiivisemmin vastaaja suhtautui siir-

toon, sitä korkeamman arvosanan hän antoi kohteelle. Näiden kahden kysymyksen korrelaatiokerroin oli 0,26. Saman korrelaatiokertoimen sai myös 14. kysymys. Mitä useammalle noin 250 euroa maksavalle vierasmatkalle hän oli valmis osallistumaan, sitä positiivisemman arvosanan hän antoi kohteille. Näiden kysymysten välinen suhde ei sinänsä ole yllättävää, sillä on hyvin oletettavaa, että aktiiviset ja positiivisesti KHL-siirtoon suhtautuneet kannattajat myös näkevät positiivisemmassa valossa uudet vierasmatkakohdeet.

Taulukko 3 Vierasmatkakohdeiden kiinnostavuus asteikolla 1–5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava)

	<b>Yhteensä</b>	<b>Keskiarvo</b>
Astana (Kazakstan)	1201	2,09
Bratislava (Slovakia)	1202	3,74
Donetsk (Ukraina)	1196	2,34
Minsk (Valko-Venäjä)	1198	2,6
Praha (Tšekki)	1211	4,19
Riika (Latvia)	1208	3,88
Zagreb (Kroatia)	1196	3,36
Moskova (Venäjä)	1201	3,41
Pietari (Venäjä)	1216	4
Muut Venäjän kohteet (pl. Moskova ja Pietari)	1180	2,31
Yhteensä	12009	3,19

Kyselyä varten Eteläpääty halusi selvittää kannattajien suhtautumisen KHL-valmismatkapaketteja kohtaan. Valmismatkapaketit oli koostettu eri matkatoimistojen lähettämistä vastauksista Eteläpäädyn pyytämiin tarjouspyyntöihin. Kuten alla oleva taulukko 4 osoittaa, suosituimmaksi valmismatkapaketiksi koettiin Pietari bussilla, jossa oli mukana hotelliyö. Seuraavaksi suosituin valmismatkapaketti oli Riika bussilla, johon sisältyi laiva- ja hotelliyö. Osittain näiden valmismatkojen suosiota voidaan selittää paikkakuntien yleisellä kiinnostavuudella sekä suhteellisella läheisyydellä. Tämän lisäksi voidaan sanoa myös matkapakettien hintojen vaikuttaneen niiden kiinnostavuuteen. Pietarin ja Riikan valmismatkapaketit olivat suhteellisen edullisia, hintojen ollessa 100 euroa (Pietari) ja 150 (Riika) euroa. Kuten aiemmin taulukosta 3 kävi ilmi, Praha koet-

tiin mielenkiintoisimmaksi vierasmatkakohteeksi, mutta molemmat Prahan valmismatkaehdotelmat saivat keskiarvokseen alle kolmosen. Myös Moskovan junamatka sai keskiarvokseen alle kolmosen. Tämän matkapaketin osalta tulee ottaa huomioon se, että matkapaketin kuvauksessa oli sattunut virhe, kun paluukaupungiksi oli merkitty Pietari Moskovan sijasta. Kyseistä virhettä ei kuitenkaan ollut mainittu kuin yhdessä avoimessa vastauksessa, joten voidaan olettaa, että tämä kyseinen virhe ei vaikuttanut merkittävästi keskiarvoon.

Taulukko 4. Valmismatkapakettien kiinnostavuus asteikolla 1–5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava)

	Vastanneita	Keskiarvo
Pietari bussilla	1221	3,29
Pietari bussilla + hotelliö	1221	3,6
Pietari Allegro-junalla + hotelliö	1223	3,35
Pietari laivalla + hotelliö	1217	3,04
Moskova junalla	1216	2,88
Riika bussilla + laiva- ja hotelliö	1210	3,45
Riika bussilla + hotelliö	1213	3,37
Praha charter-lento	1215	2,94
Praha reittilennolla + hotelliö	1208	2,77

Kyselyyn vastanneilla oli myös mahdollisuus kommentoida vapaasti ehdotettuja valmismatkapaketteja tai ehdottaa omaa valmismatkaa. Näissä avoimissa vastauksissa Prahan valmismatkapaketteja kritisoitiin niiden liian korkeasta hinnasta kuin myös matkojen lyhyestä kestosta. Kauas suuntautuvilla matkoilla haluttiin yleisesti ottaen viettää enemmän aikaa tutustuen kaupunkiin esimerkiksi pidennetyn viikonlopun merkeissä. Ottelu oli osalle vastaajista vain yksi osa matkaa, mutta sen ei haluttu olevan ainut asia mitä matkan aikana kerkeää näkemään ja kokemaan. Otteluliput oltiin valmiita ostamaan Eteläpäädyn kautta, mutta osa vastaajista toivoi kuljetuksiin ja majoitukseen lisää mahdollisuuksia räätälöidä matkapaketit yksilöllisiksi. Monet vastaajista myös mainitsivat hinnan muodostuvan liian kalliiksi vierasmatkojen osalta ja esimerkiksi opiskelijabudjettiin sopivia matkoja toivottiin. Myös useamman ottelun kestäville vierasmatkoille löytyi paljon kannatusta avoimissa vastauksissa. Esimerkiksi Prahan ja Bratislavan yh-

teismatka mainittiin monessa vastauksessa. Muita matkaehdotuksia oli muun muassa Riika lentäen sekä kaupungeista Zagreb ja Bratislava saivat paljon mainintoja.

Kuten alhaalla olevasta taulukosta 5 ilmenee, suosituimmaksi kuljetusmuodoksi KHL-vierasmatkalle valittiin kannattajaryhmän järjestämä junamatka. Tämä kuljetusmuoto sai tasaisesti eniten kannatusta vastaajien taustoista riippumatta. Toiseksi suosituin kuljetusvaihto vierasmatkoille matkustamisen suhteen oli lentäminen. Vastaajien taustoilla ei ollut merkittäviä eroja tähän vastausvaihtoehtoon suhtautumisessa. Vastaajien ikä vaikutti puolestaan selvästi siihen kuinka kiinnostavina vastaajat kokivat sekä linja-autolla että linja-autolla/laivalla tehtävät vierasmatkat. Mitä nuorempi vastaaja oli, sen kiinnostavampana hän koki kyseiset matkustusvaihtoehdot. Näiden kuljetusvaihtoehtojen suosioon vaikutti myös jonkin verran se oliko vastaaja jäsenenä Eteläpäädyssä ja kuinka monella vierasmatkalla hän kävi keskimäärin kauden aikana. Eteläpäätyyn kuuluvat ja aktiiviset kannattajat suhtautuivat näihin kuljetusvaihtoehtoihin muita vastaajia hieman positiivisemmin. Vähiten kannatusta sai itse järjestetty kuljetus, jonka keskiarvo oli alle kolme.

Taulukko 5 Eri kuljetusvaihtoehtojen kiinnostavuus asteikolla 1–5 (1 ei lainkaan mieluisa, 5 erittäin mieluisa)

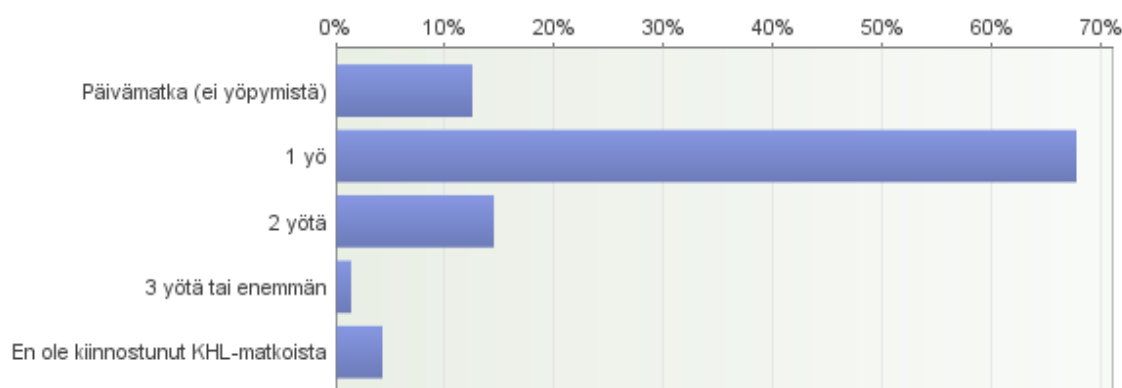
	Vastanneita	Keskiarvo
Linja-autolla kannattajaryhmän järjestämällä matkalla	1204	3,24
Linja-auto/ laiva yhdistelmämatka kannattajaryhmän järjestämällä	1201	3,48
Junalla kannattajaryhmän järjestämällä matkalla	1202	3,76
Lentäen kannattajaryhmän järjestämällä matkalla	1207	3,52
Itse järjestetty kuljetus, yksin tai perheen/läheisten ystävien kanssa	1195	2,94

Taulukko 6 osoittaa, kuinka oman suosikkiseuran kannattaminen (keskiarvo 4,63) koettiin useimpien vastaajien osalta tärkeimmäksi vaikuttavaksi seikaksi vierasmatkalle lähtemisen suhteen. Myös matkan halpa/kohtuullinen hinta sekä matkan ajankohta saivat keskiarvokseen yli nelosen. Vähiten tärkeiksi seikoiksi osoittautui matkalle lähtevän kannattajaryhmän koko sekä ottelun tärkeys. Suhtautuminen Jokereiden KHL-siirtoon vaikutti selkeästi siihen kuinka vastaajat olivat vastanneet tähän kyseiseen kysymykseen, korrelaatiokertoimen ollessa 0,32 näiden kysymysten välillä. Negatiivisesti siirtoon suh-

tautuneet vastaajat antoivat keskiarvoa huonomman numeron jokaiseen kysymyksessä esitettyyn kohtaan.

Taulukko 6 Motiivit vierasmatkalle lähtemisen suhteen asteikolla 1–5 (1 ei lainkaan tärkeä, 5 erittäin tärkeä)

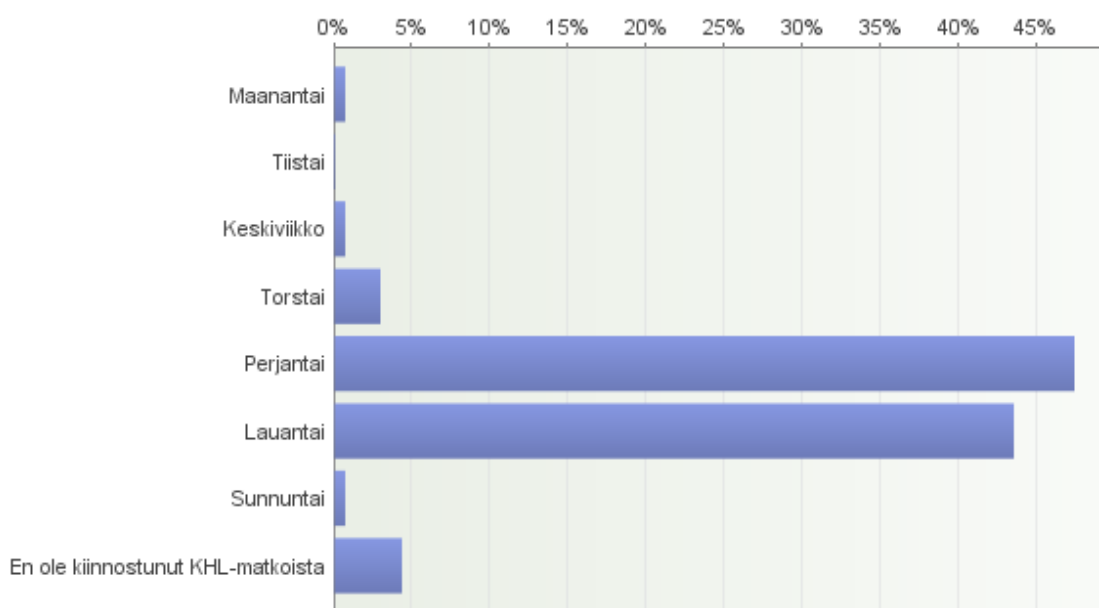
	<b>Yhteensä</b>	<b>Keskiarvo</b>
Oman suosikkiseuran kannattaminen	1214	4,63
Yhteenkuuluvuuden tunne muiden kannattajien kanssa	1210	3,93
Oman joukkueen menestys kauden aikana	1207	3,66
Matkalle lähtevän kannattajaryhmän koko	1211	3,24
Ottelun tärkeys	1208	3,33
Mielenkiintoinen vastustaja	1210	3,66
Etäisyys vieraspaikkakunnalle	1210	3,55
Matkustustapa	1205	3,79
Matkan halpa/kohtuullinen hinta	1206	4,21
Matkan ajankohta (viikonpäivä)	1206	4,17
Matkan kesto	1206	3,75
Yhteensä	13293	3,81



Kuvio 13 Sopiva pituus KHL-vierasmatkalle (n=1237)

Suurin osa vastaajista koki, että sopiva pituus KHL-vierasmatkalle oli yhden yön kestävä vierasmatka (kuvio 13). Etäisyydet paikkakunnille ovat pitkiä, joten voidaan olettaa,

että tämän takia yöpyminen koettiin tarpeelliseksi. Aiemmista vastauksista kävi myös ilmi, että moni halusi myös tutustua vierasmatkakohteeseen enemmän kuin vain ottelupäivän ajan ja saada näin enemmän vastinetta käytetylle rahalle. Selkeästi havaittavaa vastauksissa oli myös se, että mitä enemmän vastaajat olivat valmiita käyttämään rahaa KHL-vierasmatkoihin (15. kysymys), sitä pidempään he myös olivat valmiita viipymään vierasmatkoilla. Korrelaatiokerroin näiden kahden kysymyksen välillä oli 0,47.



Kuvio 14 Paras viikonpäivä KHL-vierasmatkalle lähtemisen suhteen (n=1238)

Mieluisimmat viikonpäivät KHL-vierasmatkalle lähtemisen suhteen olivat odotetusti perjantai ja lauantai (kuvio 14). KHL-vierasmatkat ovat luonteeltaan pidempikestoisia kuin Liigassa tapahtuvat vierasmatkat, joten on luonnollista, että vastaajille mielisimmat matkustuspäivät olivat perjantai ja lauantai, jolloin ihmisillä on todennäköisesti enemmän aikaa matkustamiselle.

Verrattaessa edellisen kysymyksen vastauksiin käy ilmi, että niistä vastaajista, jotka sanoivat kahden yön vierasmatkan olevansa itsellensä paras vaihtoehto, valitsi 79 % perjantain itselleen parhaaksi lähtöpäiväksi vierasmatkalle. Yhden yön valinneiden keskuudessa valinta puolestaan jakautui huomattavasti tasaisemmin perjantain ja lauantain välille. Sekä perjantai että lauantai saivat molemmat noin 48–49 % osuuden vastaajien äänistä.



Kyselyn viimeisessä kysymyksessä kysyttiin, että kokeeko vastaaja jonkin asian haasteelliseksi KHL-vierasmatkoihin liittyen. Enemmistö vastaajista (noin 61 %) ei kokenut mitään asiaa haasteelliseksi KHL-vierasmatkoihin liittyen.

Vastaajilla oli mahdollisuus kommentoida vapaasti, sitä minkä he kokivat haasteelliseksi KHL-vierasmatkoihin liittyen. Kaiken kaikkiaan 481 vastaaja vastasi kokevansa jonkin asian haasteelliseksi KHL-matkoihin liittyen. Moni vastaajista mainitsi useamman ongelmakohdan vastauksissaan. Selkeästi eniten toistuvat teemat näissä vastauksissa olivat korkea hintataso, matkojen ajankohta/kesto sekä viisumiasiat. Eniten haasteellisimmaksi koettiin matkojen korkeat kustannukset, jonka mainitsi 216 vastaajaa. Matkojen kokonaiskustannuksien nousua pidettiin matkoille lähtemistä selkeästi rajoittavana tekijänä.

Matkojen pitkä kesto ja aikataulujen sovittaminen vierasmatkoja varten koettiin haasteelliseksi 153 kyllä-vastauksen antaneen toimesta. Moni vastaajista mainitsi työ- ja perhe-elämän sovittamisen olevan hankalaa pitkille vierasmatkoille lähdettäessä. KHL-vierasmatkat ovat huomattavasti pidempiä sekä kestoaltaan että etäisyyksiltään, joten osa näistä vastaajista koki viikonlopun ainoaksi mahdolliseksi vaihtoehdoksi matka-ajankohdaksi.

Seuraavaksi eniten ongelmalliseksi asiaksi koettiin viisumien hankkimiseen liittyvät seikat, jonka mainitsi 69 vastaajaa. Ongelmakohdat, joita tuli ilmi näissä vastauksissa, olivat muun muassa viisumien korkea hinta ja niiden hankkimiseen liittyvät käytännön järjestelyt.

Matkoihin liittyvät turvallisuusongelmat mainitsi 46 vastaajaa. Seuraavaksi eniten mainintoja sai KHL-/Venäjäkielisyys, jonka mainitsi 28 vastaajaa. Muita hajamainintoja olivat muun muassa matkoihin liittyvät kieliongelmat (14 vastaajaa), sekä muulla paikkakunnalla kuin Helsingissä asuminen ja muiden kannattajien mahdollinen vähäinen määrä, jotka molemmat mainittiin kymmenen vastaajan toimesta.

Kyselyn viimeisenä varsinaisena kohtana vastaajat pystyivät vielä kommentoimaan vapaasti mitä toiveita heillä oli KHL-matkoja kohtaan. Tähän kysymykseen vastasi 232 vastaajaa. Moni vastaajista mainitsi useamman asian kuin yhden toiveen KHL-matkojen suhteen. Selkeästi eniten vastauksissa korostui jälleen toive matkojen hintojen pysymis-

tä edullisina. Tämän mainitsi 64 vastaajaa toiveekseen KHL-vierasmatkoihin liittyen. Näistä vastaajista moni ehdotti yhteistyökumppaneiden hankkimista, jotta hinnat pysyisivät maltillisina.

Edullisen hinnan jälkeen eniten mainittiin toiveita matkojen määrään liittyen (yhteensä 38 vastaajaa), matkojen hyvää järjestelyä (28 vastaajaa), matkojen keston pidentämistä (23 vastaajaa) sekä mahdollisimman suurta osallistujamäärää vierasmatkoille (21 vastaajaa). Matkojen määrän suhteen vastaukset vaihtelivat jonkin verran. Osa vastaajista toivoi yhtä tai kahta isompaa matkaa kauden aikana (14 vastaajaa), kun taas osa vastaajista toivoi useampaa edullista vierasmatkaa kauden aikana (24 vastaajaa). Osassa vastauksissa toivottiin molempia: sekä montaa matkaa kauden aikana kuin myös yhtä isompaa vierasmatkaa.

Järjestelyihin liittyvissä toiveissa mainittiin muun muassa matkoista etukäteen hyvissä ajoin tiedottaminen, yleisien matkanjärjestelyjen sujuminen (kuljetukset, majoitukset ym.) sekä viisumien hankinnan helpottaminen, joka mainittiin useimmin matkajärjestelyihin viittaavissa vastauksissa.

Matkojen kestossa mainittiin kohdekaupunkiin tutustuminen useasti. Vieraspelipaikkakunnalla haluttiin viettää aikaa enemmänkin aikaa kuin vain pelkkä pelipäivä. Useat vastaajat mainitsivat pidennetyn viikonlopun itselleen mieluisaksi vaihtoehdoksi varsinkin hieman kauemmaksi suuntautuville vierasmatkoille.

Seuraavaksi eniten vastaajat toivoivat vierasmatkoille mahdollisimman montaa osallistujaa, jotta vierasmatkojen tunnelma saataisiin hyväksi. Vastauksissa toivottiin vierasmatkojen järjestelyjen sujuvan yhtä hyvin kuin Liigassa ja myös niin sanottua mehenkeä kaivattiin Jokeri-kannattajien keskuudessa joidenkin vastaajien toimesta.

Joitain hajamainintoja saivat myös KHL:n kielteisesti suhtautuvat vastaukset sekä perheiden ja alaikäisten huomioonottaminen matkoilla. KHL:n kielteisesti suhtautui 11 vastaajaa. Tämä kielteinen asenne tuli ilmi näissä vastauksissa monella eri ilmaisutavalla. Vierasmatkojen suunnittelussa perheiden sekä alaikäisten huomioonottamisen mainitsi yhdeksän vastaajaa.

## 6 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön yhtenä tavoitteena oli selvittää se kuinka Jokeri-kannattajien vierasmatkakäyttäytyminen muuttuu Jokereiden siirtyessä pelaamaan KHL:n. Tuloksista käy ilmi, että useimpien kannattajien vierasmatkojen määrä vähenee lukumäärällisesti muutoksen myötä. Tämä tarkoittaa myös muutosta Eteläpäädyn järjestämien vierasmatkojen määrään. KHL:n siirtymisen myötä Eteläpäädyn tulisi järjestää harvempia vierasmatkoja kuin tähän mennessä Liigassa on tehty ja vierasmatkakohteiden tulisi olla tarkasti harkittuja. Lukumäärällisesti sopiva vierasmatkojen määrä voisi olla noin 3–4 vierasmatkaa kauden aikana, jolloin olisi myös mahdollista toteuttaa erityyppisiä vierasmatkoja. Kaksi tai kolme vierasmatkoista voisi olla yhden yön kestäviä ja yksi vierasmatka voisi olla niin sanottu supermatka, joka kestäisi kaksi yötä.

Kohteina olisi hyvä olla ainakin Pietari ja Riika. Pietarin ja Riian valmismatkapaketit olivat suosituimmat vaihtoehdot valmismatkapaketteja kysyttäessä. Riika on yleensä ottaenkin yksi suomalaisten suosituimmista ulkomaanmatkakohteista (AC Sanafor 2011) ja Pietariin on puolestaan Suomesta monia eri kuljetusvaihtoehtoja. Pietariin voisi tehdä kauden aikana myös toisenkin matkan riippuen siitä kuinka monesti Jokerit kohtaa Pietarin SKA:n kauden aikana. Matkojen hinta olisi hyvää pitää maksimissaan noin 150 eurossa, joka sisältäisi kuljetuksen, yhden yön majoituksen sekä ottelulipun. Mahdollinen viisumi ei sisältyisi tähän hintaan. Vierasmatkojen olisi hyvä olla yhden yön kestäviä, koska suurin osa vastaajista halusi myös yöpyä KHL-vierasmatkalla johtuen sekä pitkistä matkoista että vierasmatkoihin käytetystä rahamäärästä. KHL-vierasmatkat ovat kalliimpia kuin Liigassa tapahtuneet vierasmatkat, joten rahoille haluttiin myös enemmän vastinetta kuin vain pelkkä ottelutapahtuma.

Kuljetusvaihtoehtoissa juna oli suosituin kysyttäessä erikseen suosituinta kuljetusmuotoa, mutta valmismatkapaketeissa bussi oli suosituimpi vaihtoehto esimerkiksi Pietarin kohdalla. Tässäkin tärkeimmäksi tekijäksi muodostui hinta. Junalla tehtävä vierasmatka olisi kaksi kertaa kalliimpi kuin bussilla tehtävä, joten moni vastaaja valitsi mieluummin halvemman bussimatkan junamatkan sijasta. Hintaeron ollessa näin suuri Pietarin vierasmatka kannattaisi ainakin kerran kaudessa tehdä bussilla ja ehkä kerran kauteen junalla. Yöpyminen tapahtuisi molemmissa tapauksissa ottelun jälkeen hotellissa. Juna-

matka Pietariin voisi toimia hieman samaan tapaan kuin aikaisempina vuosina järjestetty Turun junamatka. Tällöin tarkoituksena olisi saada matkalle osallistumaan mahdollisimman paljon kannattajia, jolloin tämä toimisi kauden päämatkana vierasotteluiden suhteen. Kannattajaryhmän järjestämä junamatka oli myös suosituin kuljetusvaihtoehto vierasmatkalle. Matkalle lähtevien matkajärjestelyjä voitaisiin helpottaa järjestämällä kaikille ryhmäviisumi. Korkean osallistujamäärän ja mahdollisten yhteistyökumppaneiden avulla matkan kustannuksia voitaisiin yrittää saada hieman edullisemmaksi, jolloin kyseinen matka olisi myös houkuttelevampi vaihtoehto entistä useammalle. Ottelun ajankohtana voisi parhaiten toimia alkukevät, jolloin KHL olisi jo tullut monelle tutuksi, Eteläpäädyllä olisi kokemusta KHL-matkojen järjestämisestä ja matkaa voitaisiin myös markkinoida pidempään.

Riikaan suuntautuva vierasmatka olisi hyvä toteuttaa jommallakummalla valmismatkapaketeissa mainitulla laiva- ja bussimatkalla. Tämän paketin kesto riippuu siitä aikooko Eteläpääty ry järjestää kauden aikana niin sanottua supermatkaa ja siitä mihin tämä suuntautuisi. Jos tämä supermatka suuntautuisi Riikaan, niin tällöin vaihtoehtona voisi olla valmismatkapaketti, jossa lähtöpäivänä on perjantai ja paluupäivänä sunnuntai. Matkaan kuuluisi yksi yö laivalla ja yksi yö hotellissa. Jos matkan kestonä on yksi yö, niin tällöin yöpyminen tapahtuisi hotellissa. Jos Pietarin junamatka toteutuu, niin tällöin Riikaan tapahtuva vierasmatka voisi olla yhden yön kestävä, jossa yöpyminen tapahtuu hotellissa.

Vierasmatkakohteina sekä Praha että Bratislava olivat suosittuja vaihtoehtoja. Näihin kohteisiin matkustamisen suosiota laskee kuitenkin käytännössä se, että matkojen hinta näihin kohteisiin nousee suuremmaksi kuin moni kannattaja on valmis maksamaan yhdestä vierasmatkasta. Varsinkaan Jokereiden ensimmäisellä KHL-kaudella, jolloin kaikki kannattajat eivät välttämättä koe KHL:ää täysin omakseen, matkaan lähtevien kannattajien määrä saattaisi jäädä liian alhaiseksi. Tulevina kausina nämä kohteet voisivat kuitenkin olla yksi hyvä vaihtoehto sillä edellytyksellä, että matkojen hinta on mielellään reilusti alle 400 euroa ja matkan kesto on perjantaista sunnuntaihin. Tämä matka voisi olla niin sanottu supermatka, joka toteutuisi kauden puolivälin jälkeen. Tällöin tapahtumaa pystyttäisiin markkinoimaan pidempään. Ensimmäisen KHL-kauden aikana on kuitenkin hyvä, että Eteläpääty hankkisi enemmän kokemusta matkojen järjestämisestä

sekä kannattajien määrästä niin sanotusti helpommista vierasmatkakohteista (Pietari ja Riika) ja kokemusten myötä järjestäisi tulevana kausina vierasmatkoja myös kaukaisempiin kohteisiin.

KHL:n tavoitteena on laajentua tulevaisuudessa entisestään (IIHF 2012). Tämän mahdollisen laajentumisen myötä avautuu uusia mahdollisuuksia vierasmatkakohteille, joita ei tässä kyselyssä käsitelty ollenkaan. Tämä johtui niin laajentumisen toteutumisen epävarmasta luonteesta kuin myös sen epävarmasta aikataulusta. Yksi mahdollinen laajentumisjoukkue on Oslossa pelaava Välerenga Ishockey (Yle 2014). Osloon menee päivittäin montaa suoraa lentoa ja muun muassa halpalentoyhtiö norjalainen Norwegian lentää Helsingistä Osloon suoria lentoja. Matkojen keston ollessa suhteellisen lyhyt sekä matkojen hinnan ollessa suhteellisen edullinen, tämä olisi yksi potentiaalinen vierasmatkakohde Eteläpäädyille tulevaisuudessa.

Matkojen ajankohdat olisi syytä ilmoittaa hyvissä ajoin, jolloin matkalle lähtijälle jää enemmän aikaa suunnitella omaa aikatauluaan sopivammaksi. Vierasmatkojen kesto on vähintään yhden yön, joten tämä vaatii aikaisempaa enemmän etukäteissuunnittelua osallistujalta. Ensimmäinen vierasmatka olisi hyvä toteuttaa mahdollisimman pian kauden alettua ja sen tulisi olla kustannuksiltaan sellainen, että mahdollisimman moni kannattaja lähtisi tälle matkalle. Tällöin kannattajat saataisiin heti paremmin mukaan joukkueen taakse kauden alussa. Matkan kestona olisi yksi yö, jossa yöpyminen tapahtuisi hotellissa. Kohteena helpoin olisi Pietari, mutta tämä riippuu myös Jokereiden otte-  
luohjelmasta, jota ei vielä tätä kirjoitettaessa ole julkaistu. Yhden yön kestäville vierasmatkoille sopivin lähtöpäivä olisi lauantai ja kahden yön kestäville matkoille puolestaan tämä olisi perjantai. Kuten moni vastaaja ehdotti avoimissa kysymyksissä, Eteläpääty voisi yrittää saada tälle matkalle yhteistyökumppaneita, jolla saataisiin matkan kokonaiskustannukset kannattajille edullisemmaksi. Yksi askel tähän suuntaan on se, että Jokerit on ilmoittanut sitoutuneensa auttamaan kannattajayhdistyksiä, jotta mahdollisimman moni kannattaja pääsisi mahdollisimman vaivattomasti vierasotteluihin (Eteläpääty 2014b).

Vierasmatkojen varsinainen toteuttaminen olisi hyvä toteuttaa yhteistyössä jonkin valmismatkaliikkeen kanssa, joka toimisi matkalla vastuullisena matkanjärjestäjänä. Tällöin

muun muassa valmismatkoihin liittyvät vakuudet kuuluisivat tälle matkanjärjestäjälle. Eteläpääty hoitaisi tapahtumien markkinoinnin ja matkalle lähtijöiden hankkimisen kuten tähän mennessäkin omien kanaviensa kautta.

Eteläpääty järjestää rajatun määrän KHL-matkoja, joten matkakohteiden ja matkustamistapojen tarkalla valinnalla on iso merkitys matkojen onnistumisen suhteen. Yhdistykselle ei ole aiempaa kokemusta KHL-vierasmatkojen järjestämisestä. Kyselyyn tuli vastauksia huomattavasti enemmän kuin ennakoimme, joten Eteläpäädyllä on käytössään runsaasti materiaalia kannattajien suhtautumisesta KHL-matkoihin. Uskon, että näiden tulosten avulla Eteläpääty pystyy paremmin kohdentamaan vierasmatkojen luonnetta kohti kannattajien haluamaa suuntaa. Kyselyyn tuli suuri määrä vastauksia eri-ikäisiltä, eri asemassa ja kannattajaryhmiin kuuluvilta sekä kuulumattomilta vastaajilta. Tätä suurta vastausmäärää voitaisiin jatkossa hyödyntää esimerkiksi pohdittaessa urheilumatkailijoiden motivaatioita sekä eri taustatekijöiden merkitystä matkustuskäyttäytymiseen. Tässä työssä on enimmäkseen keskitytty siihen mikä on Jokerikannattajien vierasmatkakäyttäytyminen kaudella 2014–2015 ja kuinka Eteläpääty voi hyödyntää tätä tietoa järjestäessään KHL-vierasmatkoja. Näin ollen eri matkustusmotiivien pohtiminen jäi pienempään rooliin kuin aineisto olisi antanut myöden.

## Lähteet

- AC-Sanafor 2011. Hotel Price Index: Tallinna on suomalaisten suosituin ulkomaan matkakohde. Luettavissa: <http://news.cision.com/fi/ac-sanafor/r/hotel-price-index--tallinna-on-suomalaisten-suosituin-ulkomaan-matkakohde,c566038>. Luettu: 19.1.2014
- Gibson H. 2006. Sport Tourism: Concepts and Theories. Routledge. Abingdon.
- Eloranta, T. 10.5.2014. Hallituksen jäsen. Eteläpääty ry. Sähköposti.
- Eteläpääty 2014a. Kausi 2013–2014. Luettavissa: <http://www.jokerifanit.net/n/?m=pages&a=showpage&t=717>. Luettu 4.5.2014.
- Eteläpääty 2014b. Eteläpääty uudistuu: paikaton keskisektoriin. Luettavissa: [www.jokerifanit.net/n/?m=pages&a=showpage&t=748](http://www.jokerifanit.net/n/?m=pages&a=showpage&t=748). Luettu: 2.5.2014
- Helsingin Sanomat 2013. Jääkiekon SM-liiga tyrmistynyt Jokerien KHL-kuviosta. Luettavissa: <http://www.hs.fi/urheilu/a1372989141796>. Luettu: 14.10 2013.
- Hingham J. 2005. Sport tourism destination: issues, opportunities and analysis.. Elsevier Ltd. Oxford
- Hirsjärvi S., Remes P. & Sajavaara P. 2009. Tutki ja kirjoita. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.
- IIHF 2012. KHL presents plan with 64 teams. Luettavissa: [http://www.iihf.com/channels1112/hockeyforum/news/news-single-view/?tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=7042&cHash=9bde9c5652636a8a00a2a6478f869da7](http://www.iihf.com/channels1112/hockeyforum/news/news-single-view/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=7042&cHash=9bde9c5652636a8a00a2a6478f869da7). Luettu: 14.5.2014.
- IIHF 2014. KHL adds three clubs. Luettavissa: [http://www.iihf.com/sk/home-of-hockey/club-events/news-singleview-club-events/?tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=8622&cHash=5981bc45c45f562129918983f6f23aba](http://www.iihf.com/sk/home-of-hockey/club-events/news-singleview-club-events/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=8622&cHash=5981bc45c45f562129918983f6f23aba). Luettu: 15.4.2014.
- Jokerit 2013a. Historia. Luettavissa: <http://www.jokerit.com/?id=27>. Luettu: 14.10.2013.

- Jokerit 2013b. Jokerit pelaa KHL:ssä kaudella 2014–2015. Luettavissa: <http://www.jokerit.com/?id=4&nid=2663>. Luettu: 2.11.2013.
- Jokerit 2014. Eteläpääty ry. Luettavissa: <http://www.jokerit.com/etelapaaty-ry>. Luettu 4.5.2014.
- KHL 2013a. About the KHL. Luettavissa: <http://en.khl.ru/official/22007/>. Luettu: 14.10.2013.
- KHL 2013b. Teams. Luettavissa: <http://en.khl.ru/clubs/>. Luettu: 14.10.2013.
- Metsämuuronen Jari 2009. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Robertson M. 2006. Sporting Events and Event Tourism: Impacts, Plans and Opportunities. Leisure Studies Association. Brighton.
- Standeven J. & De Knop P. 1999. Sport tourism. Human Kinetics. Champaign.
- Webropol 2014. Yritys. Luettavissa: <http://www.webropol.fi/yritys/>. Luettu: 28.5.2014.
- Weed M. 2008. Sport & Tourism: A Reader. Routledge. New York.
- Weed M. & Bull C 2004. Sports tourism: participants, policy and providers. Elsevier. Oxford.
- Yle 2013a. SM-liiga vaatii Jokereilta selvityksen KHL:ään liittymisestä. Luettavissa: [http://yle.fi/urheilu/sm-liiga\\_vaatii\\_jokereilta\\_selvityksen\\_khlaan\\_liittymisesta/6720532](http://yle.fi/urheilu/sm-liiga_vaatii_jokereilta_selvityksen_khlaan_liittymisesta/6720532). Luettu: 14.10.2013.
- Yle 2013b. Nyt se on varmaa – Jokerit pelaa ensi kaudella SM-liigassa. Luettavissa: [http://yle.fi/urheilu/nyt\\_se\\_on\\_varmaa\\_\\_jokerit\\_pelaa\\_ensi\\_kaudella\\_sm-liigassa/6755738](http://yle.fi/urheilu/nyt_se_on_varmaa__jokerit_pelaa_ensi_kaudella_sm-liigassa/6755738). Luettu: 14.10.2013.
- Yle 2014. KHL saamassa joukkueen Norjasta – Ruotsissa ollaan huolestuneita. Luettavissa: [http://yle.fi/urheilu/khl\\_saamassa\\_joukkueen\\_norjasta\\_\\_ruotsissa\\_ollaan\\_huolestuneita/7057229](http://yle.fi/urheilu/khl_saamassa_joukkueen_norjasta__ruotsissa_ollaan_huolestuneita/7057229). Luettu: 14.5.2014.



# Liitteet

## Liite 1. Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-matkoihin kyselylomake

### Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-matkoihin

Hei,

Olen matkailualan opiskelija HAAGA-HELIAN ammattikorkeakoulussa ja teen opinnäytetyöni Jokereiden viralliselle kannattajayhdistykselle Eteläpääty ry:lle. Opinnäytetyön aiheena on Jokeri-kannattajien suhtautuminen KHL-matkoihin..

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää Jokeri-kannattajien asenteet vierasmatkailua kohtaan Jokereiden KHL:ään siirtymisen myötä. Opinnäytetyöstä saatuja tuloksia Eteläpääty ry pystyy hyödyntämään järjestäessään KHL-vierasmatkoja kaudella 2014–2015. Kyselyssä saatujen tulosten pohjalta Eteläpääty ry pystyy paremmin kohdentamaan KHL-matkojen rakennetta kohti kannattajien haluamaa suuntaa, joten nyt voit vaikuttaa mielipiteilläsi ensi kauden vierasmatkojen luonteeseen.

Kyselyyn vastaaminen vie aikaa n. 10 minuuttia.

Tähdellä (\*) merkittyihin kysymyksiin vastaaminen on pakollista.

Kaikkien yhteystietonsa jättäneiden kesken arvomme Eteläpääty ry:n tuotepalkinnon.

Terveisin,

Tuomas Myyryläinen

**1. Ikä? \***

- ☐ Alle 18
- ☐ 18–25
- ☐ 26–35
- ☐ 36–45
- ☐ 46–55
- ☐ 56–65
- ☐ Yli 65

**2. Sukupuoli? \***

- ☐ Mies
- ☐ Nainen

**3. Asuinpaikkakunta \***

**4. Asemasi \***

- ☐ Opiskelija / koululainen
- ☐ Toimihenkilö
- ☐ Ylempi toimihenkilö
- ☐ Johtaja
- ☐ Yrittäjä
- ☐ Työntekijä
- ☐ Eläkeläinen
- ☐ Työtön
- ☐ Joku muu

**5. Oletko Jokereiden kannattajaryhmän jäsen? \***

- ☐ Kyllä, olen jäsenenä Eteläpääty ry:ssä  
☐ Kyllä, olen jäsenenä Old Chiefs ry:ssä  
☐ Kyllä, olen jäsenenä molemmissa kannattajaryhmissä  
☐ En

**6. Kuinka kauan olet kannattanut Jokereita? \***

- ☐ Alle 2 vuotta  
☐ 2-5 vuotta  
☐ 6-10 vuotta  
☐ 11-20 vuotta  
☐ 21-30 vuotta  
☐ Yli 30 vuotta  
☐ En kannata Jokereita

**7. Oletko aiemmin osallistunut Eteläpääty ry:n järjestämille vierasmatkoille? \***

- ☐ Kyllä  
☐ En ole osallistunut matkoille, kerro miksi

**8. Jos olet aiemmin osallistunut Eteläpääty ry:n järjestämille vierasmatkoille, oletko ollut tyytyväinen matkan kokonaisjärjestelyihin?**

- ☐ Kyllä, kerro miksi  
☐ En, kerro miksi

**9. Mikä on suhtautumisesi Jokereiden KHL-siirtoon? \***

Erittäin negatiivinen    1    2    3    4    5    6    7    Erittäin positiivinen  
☐    ☐    ☐    ☐    ☐    ☐    ☐

**10. Kumman jääkiekkosarjan koet kiinnostavammaksi sinulle Jokereiden vierasmatkojen kannalta, Liigan vai KHL:n? \***

- ☐ KHL:n  
☐ Liigan  
☐ Yhtä kiinnostavia  
☐ En ole kiinnostunut kummastakaan jääkiekkosarjasta

**11. Kuinka monella pääkaupunkiseudun ulkopuolelle suuntautuvassa Jokereiden vierasmatkalla käyt keskimäärin kauden aikana? (sisältäen runkosarjaottelut) \***

- ☐ 0  
☐ 1  
☐ 2-3  
☐ 4-6  
☐ 7-10  
☐ Yli 10

**12. Jokerit on järjestänyt kerran kaudessa junamatkan Turun runkosarjaotteluun. Oletko osallistunut kyseiselle vierasmatkalle kahden viimeisen kauden aikana? \***

- ☐ Kyllä  
☐ En

**12. Jokerit on järjestänyt kerran kaudessa junamatkan Turun runkosarjaotteluun. Oletko osallistunut kyseiselle vierasmatkalle kahden viimeisen kauden aikana? \***

- ☐ Kyllä  
☐ En

**13. Kuinka monella Jokereiden vierasmatkalla aiot käydä kaudella 2014–2015 Jokereiden siirtyessä KHL:ään? (sisältäen KHL:n runkosarjan ottelut) \***

- ☐ 0  
☐ 1  
☐ 2-3  
☐ 4-6  
☐ Yli 6

**14. Kuinka monelle KHL-vierasmatkalle olisit valmis lähtemään kauden aikana, jos matkan kokonaishintana olisi 250 euroa per vierasmatka? \***

- ☐ 0  
☐ 1  
☐ 2-3  
☐ 4-6  
☐ Yli 6

**15. Mikä on ehdoton maksimihinta KHL:n runkosarjan vierasmatkasta, jonka olet valmis maksamaan? \***

Hintaan sisältyy kuljetukset, lippu otteluun ja yhden yön majoitus. Hintaan ei sisälly mahdollista viisumia.

- ☐ 100 euroa tai alle  
☐ 101–200 euroa  
☐ 201–300 euroa  
☐ 301–400 euroa  
☐ 401–500 euroa  
☐ Yli 500 euroa  
☐ En ole kiinnostunut KHL-matkoista

**16. Venäjälle matkustamista varten tarvitset viisumin. Minkälaisen viisumin koet itsellesi parhaimmaksi vaihtoehdoksi KHL-matkoja varten? \***

- ☐ Kertaviisumi: 75€/hlö (voimassa 2 - 30 päivää)  
☐ Ryhmäviisumi: 63€/hlö (voimassa enintään 5 päivää, ryhmäviisumi mahdollinen ainoastaan Pietariin suuntautuvilla KHL-matkoilla)  
☐ Kahden käyntikerran viisumi: 114€/hlö (voimassa 3kk)  
☐ Vuosiviisumi: 150€/hlö (voimassa 12kk, voit tehdä useita matkoja Venäjälle vuoden aikana)  
☐ En aio hankkia viisumia KHL-matkoja varten (aion matkustaa KHL-matkoille maihin, joihin ei tarvitse viisumia)  
☐ En ole kiinnostunut KHL-matkoista

**17. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka mielenkiintoisina koet seuraavat kaupungit KHL-vierasmatkakohteina.**

	1	2	3	4	5
Astana (Kazakstan)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bratislava (Slovakia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Donetsk (Ukraina)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minsk (Valko-Venäjä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praha (Tšekki)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Riika (Latvia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zagreb (Kroatia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moskova (Venäjä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pietari (Venäjä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muut Venäjän kohteet (pl. Moskova ja Pietari)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**18. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

	1	2	3	4	5
<b>Pietari bussilla.</b> Lähtö Helsingistä lauantaina klo 08. Pietarissa lauantai-iltapäivänä, SKA – Jokerit lauantai-iltana. Lähtö Pietarista lauantaina ottelun jälkeen, Helsingissä aikaisin sunnuntai-iltana. <b>Hinta 60 euroa</b> (+ viisumi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**19. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

	1	2	3	4	5
<b>Pietari bussilla + hotelliyö.</b> Lähtö Helsingistä lauantaina klo 07, Pietarissa lauantai-iltapäivänä, SKA – Jokerit lauantai-iltana. Yö hotellissa, lähtö Pietarista sunnuntaina klo 12, Helsingissä sunnuntai-iltana. <b>Hinta 100 euroa</b> (+ viisumi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**20. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

	1	2	3	4	5
<b>Pietari Allegro-junalla + hotelliyö.</b> Lähtö Helsingistä lauantaina klo 10 Pietarissa lauantaina klo 14.30 SKA – Jokerit lauantai-iltana, yö hotellissa. Lähtö Pietarista sunnuntaina klo 15, Helsingissä sunnuntaina klo 18. <b>Hinta 200 euroa</b> (+ viisumi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**21. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

	1	2	3	4	5
<b>Pietari laivalla + hotelliyö.</b> Lähtö Helsingistä perjantaina klo 19, Pietarissa lauantaina klo 10. SKA – Jokerit lauantai-iltana, yö hotellissa. Lähtö Pietarista sunnuntaina klo 19, Helsingissä maanantaina klo 8. <b>Hinta 250 euroa</b> (ei tarvitse viisumia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**22. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

	1	2	3	4	5
<b>Moskova junalla.</b> Lähtö Helsingistä perjantaina klo 18, yö junassa. Moskovassa lauantaina klo 08, Atlant/Dinamo/Spartak/TsSKA – Jokerit lauantai-iltana. Lähtö Pietarista junalla klo 23, yö junassa. Helsingissä sunnuntaina klo 12. <b>Hinta 200 euroa</b> (+ viisumi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**23. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

1 2 3 4 5

**Riika bussilla + laiva- ja hotelliyö.** Lähtö Helsingistä perjantai-iltana M/S Europalla, yö laivalla. Tallinnasta bussilla klo 09, Riiaassa lauantaina klo 15. Riika – Jokerit lauantai-iltana, yö hotellissa. Lähtö Riikasta sunnuntaina aamupäivällä, Tallinnasta sunnuntai-iltapäivänä Tallinkin shuttle-aluksella. Helsingissä sunnuntai-iltana. **Hinta 170 euroa.**

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

**24. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

1 2 3 4 5

**Riika bussilla + hotelliyö.** Lähtö Helsingistä lauantaina klo 07.30 Tallinkin shuttle-aluksella. Tallinnasta bussilla klo 10, Riiaassa lauantaina klo 16. Riika – Jokerit lauantai-iltana, yö hotellissa. Lähtö Riikasta sunnuntaina aamupäivällä, Tallinnasta sunnuntai-iltapäivänä Tallinkin shuttle-aluksella. Helsingissä sunnuntai-iltana. **Hinta 150 euroa.**

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

**25. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

1 2 3 4 5

**Praha charter-lento.** Lähtö Helsinki-Vantaalta lauantaina päivällä, Prahassa iltapäivällä. Kuljetukset Prahassa kentältä hallille. Lev - Jokerit lauantai-iltana, kuljetukset hallilta kentälle. Lento ottelun jälkeen lauantai-iltana Prahasta Helsinkiin. **Hinta 300 euroa.**

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

**26. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan kiinnostava, 5 erittäin kiinnostava) kuinka kiinnostavana koet seuraavan valmismatkapaketin KHL-matkoja ajatellen.**

1 2 3 4 5

**Praha reittilennolla + hotelliyö.** Lähtö Helsinki-Vantaalta lauantaina aamupäivällä, Prahassa aamupäivällä. Kuljetukset Prahassa hotellille. Lev - Jokerit lauantai-iltana, yö hotellissa. Kuljetukset sunnuntaina lentokentälle, lento sunnuntai-iltana Prahasta Helsinkiin. **Hinta 430 euroa.**

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

**27. Mahdollisuus kommentoida vapaasti yhtä tai useampaa edellä mainittua valmismatkapakettia. Voit myös ehdottaa omaa vierasmatkaideaa.**

**28. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan mieluisa, 5 erittäin mieluisa) kuinka mieluisina koet seuraavat kuljetusvaihtoehdot KHL-matkoille.**

1 2 3 4 5

Linja-autolla kannattajaryhmän järjestämällä matkalla

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Linja-auto/ laiva yhdistelmämatka kannattajaryhmän järjestämällä matkalla

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Junalla kannattajaryhmän järjestämällä matkalla

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Lentäen kannattajaryhmän järjestämällä matkalla

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Itse järjestetty kuljetus, yksin tai perheen/läheisten ystävien kanssa

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

**29. Kuvaile asteikolla 1-5 (1 ei lainkaan tärkeä, 5 erittäin tärkeä) kuinka tärkeitä seuraavat tekijät ovat sinulle KHL-vierasmatkalle lähtemisen suhteen.**

	1	2	3	4	5
Oman suosikkiseuran kannattaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteenkuuluvuuden tunne muiden kannattajien kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oman joukkueen menestys kauden aikana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkalle lähtevän kannattajaryhmän koko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ottelun tärkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielenkiintoinen vastustaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etäisyys vieraspaikkakunnalle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkustustapa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkan halpa/kohtuullinen hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkan ajankohta (viikontpäivä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkan kesto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**30. Mikä on mielestänne sopiva pituus KHL-vierasmatkalle? \***

- ☐ Päivämatka (ei yöpymistä)
- ☐ 1 yö
- ☐ 2 yötä
- ☐ 3 yötä tai enemmän
- ☐ En ole kiinnostunut KHL-matkoista

**31. Mikä on paras viikontpäivä KHL-vierasmatkalle lähtemisen suhteen? \***

- ☐ Maanantai
- ☐ Tiistai
- ☐ Keskiviikko
- ☐ Torstai
- ☐ Perjantai
- ☐ Lauantai
- ☐ Sunnuntai
- ☐ En ole kiinnostunut KHL-matkoista

**32. Koetko jonkin asian haasteelliseksi KHL vierasmatkoihin liittyen? \***

- ☐ En
- ☐ Kyllä, minkä

**33. Toiveita KHL-matkoihin liittyen.**

**34. Kyselyyn vastanneiden kesken arvomme Eteläpään tuotepalkinnon. Jättämällä yhteystietosi (nimi ja sähköpostiosoite) osallistut arvontaan mukaan. Yhteystietojen jättäminen ei ole pakollista.**

Yhteystietoja käytetään ainoastaan voittajalle ilmoittamiseen.

Etunimi

Sukunimi

Sähköposti

**Lähetä**